

CLAVES LEGALES DESDE LA VISIÓN DEL DR. CARLOS PORTILLA

Edición dedicada al mercado
de trabajo actual.

Notas y entrevistas a profesionales del
sector en roles de relevancia.

Actualidad legal.

Turismo en Monterrey.





**WA.
TECHNOLOGY**

Una gama completa de soluciones de iGaming



**WA.
AFFILIATES**



**WA.
LOTTERY**



**WA.
SPORTS**



**WA.
PLATFORM**



**WA.
CASINO**



**WA.
FANTASY**

CONTÁCTANOS



WATECHNOLOGY.COM



HELLO@WATECHNOLOGY.COM

Revistas.PeruRadio.net.pe

**Nuestra portada:**

Dr. Carlos Portilla
Socio fundador de la firma Portilla,
Ruy-Díaz y Aguilar

Director General:

Javier Santilli
javier@latam-entertainment.com

Director Periodístico:

Renzo Escalante
renzo@latam-entertainment.com

Jefe de Contenido:

Yamile Montesdeoca
yamile@latam-entertainment.com

Administrador General:

Axel Antillón
aantillon@latam-entertainment.com

Edición y diseño:

VAMO Agencia Creativa
hola@vamoagencia.com.ar
@vamoagenciacreativa

Redacción:

Latam Entertainment
www.latam-entertainment.com

© Prohibida la reproducción total o parcial sin la autorización de la empresa editora.

Los artículos firmados son de responsabilidad de sus autores, así como los diseños publicitarios de las empresas contratantes.

UNA DOSIS DE POESÍA QUE HACE CRECER EL iGAMING

Cuando hablamos de mujer, hablamos de poesía; cuando hablamos de poesía hablamos de emociones y cuando hablamos de emociones también hablamos de juego.

Nuestra propia naturaleza nos invita siempre a fortalecer nuestra actividad de juego, es que a través de este formamos lazos y crecemos como sociedad.

En esta edición de iGaming México sumamos ciencia, valor y esa dosis de poesía que nos da la mujer en el escenario del juego mexicano.

Según cifras recientes, las mujeres en el sector aún son pocas: solo el 12% en posiciones directivas. Mientras tanto, en el área de la gestión del talento, vemos que más del 60% de los equipos de RRHH están en manos de mujeres altamente preparadas.

Ellas impulsan no solo contratos, sino cultura, diversidad y empatía a través de la nueva moneda de juego: la felicidad laboral. Tema que profundizaremos en esta edición con Nancy Martínez, una de las mujeres más influyentes de México según Forbes.

Un empleado feliz no solo rinde más: crea, innova y quiere quedarse.

Así lo afirman la Universidad de Harvard y la consultora Gallup: la productividad sube un 31% en un ambiente feliz y en confianza. La rotación baja, la innovación despegue y las empresas crecen sin quebrar su esencia.

¿Puede una industria de probabilidades y algoritmos apostar por la equidad, la felicidad y el compromiso? Sí, si entiende que la apuesta más valiosa es aquella que se gana con estructura, que se mide con valores y se proyecta con inclusión en un escenario legal donde todos los actores salgan ganando. Es por ello por lo que invitamos al Dr. Carlos Portilla, quien hace poco ha sido reconocido por Chambers and Partners como uno de los líderes del mercado global de juegos de azar y apuestas.

Disfruta esta edición conociendo más de quienes son protagonistas del presente del juego en México, y ten presente que en el nuevo iGaming mexicano, el futuro no se lanza con dados ni suerte. Se construye con justicia, liderazgo y felicidad.

Renzo Escalante

SUMARIO

06

La jugada maestra del talento

10

Bienestar y felicidad laboral
El método de Nancy Martínez

18

Lealtad para ganar: los programas de retención

20

Claves legales
Desde la visión del Dr. Carlos Portilla

32

Evolución del mercado laboral en el iGaming mexicano

34

Amusnet: innovación multicanal
Hablamos con María Iraid Rosales Godoy

40

Liderazgo femenino
Entrevista con Ana Paula Pinto

46

El rol de un Country Director
Entrevista a Jorge Antillón

56

Top 10 de lugares para visitar en Monterrey

¡LLEVA TU NEGOCIO DE IGAMING AL ÉXITO!

SOLUCIONES A MEDIDA

-  **Consultoría integral**
-  **Licenciamiento**
-  **Proyecciones de negocio**
-  **Mercadeo**
-  **Selección de proveedores**
-  **Soluciones llave en mano**

CONTÁCTANOS



www.latam-entertainment.com

LATAM
ENTERTAINMENT

LA JUGADA MAESTRA DEL TALENTO

Cómo la gamificación está transformando el desarrollo humano en las empresas de iGaming.

En un mundo donde el entretenimiento digital marca el ritmo de la innovación, las empresas de iGaming han encontrado una nueva forma de potenciar a su talento humano para jugar en serio.

En las oficinas o, mejor dicho, en los escritorios remotos de una compañía de casino en línea, no es raro encontrar a empleados compitiendo por alcanzar el siguiente “nivel” de capacitación, ganar insignias por tareas completadas o escalar posiciones en un *ranking* interno de desempeño. No, no es una competencia interna de videojuegos: es gamificación aplicada al desarrollo del talento humano.

Aunque el término suene a moda tecnológica, la gamificación lleva años ganando terreno en la gestión del capital humano. Y en la industria del iGaming, donde el juego es el centro del negocio, esta estrategia no solo encaja a la perfección sino que está redefiniendo la manera de formar, motivar y fidelizar al personal.

Este sector es un espacio donde la normativa cambia constantemente, los productos evolucionan rápido y el servicio al cliente es crítico, por lo que capacitar al

equipo no es opcional y resulta necesario salir del problema actual por el que pasan muchas organizaciones, donde los métodos tradicionales aburren al colaborador y no logran los resultados esperados.

En compañías de iGaming, donde la capacitación es constante y crítica, estos números se traducen en empleados más preparados, motivados y comprometidos con desarrollar sus tareas, inclusive antes de los tiempos previstos.

Más allá de la capacitación, la gamificación se ha convertido en una herramienta de engagement emocional. En muchas empresas de iGaming, los sistemas internos premian no solo resultados, sino actitudes: colaboración, liderazgo, innovación o atención al cliente.

Estas dinámicas ayudan a construir cultura en entornos remotos o multiculturales, generando comunidades internas más cohesionadas. Además, permiten identificar líderes naturales, promover valores corporativos y mantener alto el nivel de motivación en equipos distribuidos globalmente.

Como sugiere la consultora Play Advisors en un estudio del impacto de la gamificación para el desarrollo del talento aplicado a una empresa del sector en Colombia-Perú-Ecuador: “El sistema de insignias por logros personales y reconocimientos por buenas prácticas ha creado una dinámica de reconocimiento cruzado que fortalece los vínculos, incluso entre equipos en distintos países, impactando positivamente en el cum-

ESTUDIO DE ANÁLISIS GLOBAL DE TALENTO POR GALLUP

21% más de rentabilidad en empresas con empleados altamente comprometidos

48% de aumento en engagement en empresas que implementan programas gamificados en entornos de trabajo

Informe 2022



plimiento de tareas, logrando un 99.5% de efectividad de las mismas durante el segundo semestre del 2023”.

La evaluación del desempeño de estos programas de gamificación en el terreno del juego también requiere un monitoreo constante. Tableros personalizados, sistemas de puntos y retroalimentación en tiempo real son herramientas que están reemplazando a las clásicas revisiones mensuales. Esto permite a cada colaborador visualizar su evolución y planificar su crecimiento profesional de manera activa. El enfoque deja de ser jerárquico para volverse participativo: el mismo ta-

lento humano debe tomar el control de su desarrollo; y con ello, los líderes obtienen datos más dinámicos y precisos.

Es importante tener en cuenta que no todo vale en el juego, pues la gamificación mal implementada puede ser contraproducente. Si las mecánicas fomentan la competencia tóxica o se perciben como manipuladoras, el efecto puede ser el opuesto al que se busca. El diseño debe centrarse en el propósito real del desarrollo humano: inspirar, formar y conectar. Las reglas del juego tienen que ser claras, justas y alineadas con los valores de la organización.

Para el iGaming, la gamificación no es una tendencia pasajera. Es una respuesta estratégica a las nuevas demandas del talento, una forma de alinear motivación individual con metas corporativas.

¿Cómo estás llevando este plano en tu organización? Recuerda que cuando jugar se convierte en una forma de crecer, todos ganan.

ENCUESTA DE FORBES INSIGHTS Y BADGEVILLE

90% de los empleados dicen que los sistemas gamificados los ayudan a mejorar su rendimiento

71% considera que una retroalimentación más frecuente y lúdica mejora su experiencia laboral

Encuesta 2024

INFORME EMPRESA TALENTLMS

89% de los empleados afirma que la gamificación los hace sentirse más productivos

83% de quienes reciben formación gamificada aseguran que se sienten más motivados para completarla.

60% en la retención de conocimientos en empresas que usan gamificación en su formación



ClasesPlay

LA PRIMERA ESCUELA DEL GAMBLING & IGAMING EN LATINOAMÉRICA



DIPLOMADOS - CURSOS EJECUTIVOS - TALLERES ESPECIALIZADOS
ONLINE - PRESENCIAL

SUMA VALOR
WWW.CLASESPLAY.COM



Revistas.PeruRadio.net.pe

BIENESTAR Y FELICIDAD LABORAL: EL MÉTODO DE NANCY MARTÍNEZ

Una de las mujeres más influyentes de nuestro país según Forbes y fundadora de una consultora especializada en felicidad organizacional, nos comparte en esta entrevista cómo su experiencia personal la llevó a replantear el rol de las organizaciones en la vida de las personas.

A través de su modelo, propone alinear el propósito empresarial con el bienestar integral de los colaboradores. Hablamos sobre liderazgo consciente, flexibilidad, salud mental, y los retos que enfrentan las organizaciones para adaptarse a las nuevas generaciones.

▪ ***Define a la Nancy que eres ahora y cómo llegaste hasta aquí.***

Soy una persona que va en contra del status quo y de las reglas que marca la sociedad, porque siempre hago lo que se me da la gana con tal de ser feliz. Eso es algo que he aprendido y me encanta compartir con los demás.

¿Cómo llegué hasta aquí? Pues fue gracias a un despedido, hace once años. Me dieron las gracias en una empresa que amaba, a la que le había entregado mi vida y que me enseñó muchísimo. Cuando pasó, tuve un flash forward: me visualicé a los 50 y me pregunté “¿y si esto me vuelve a pasar?”. Ahí decidí emprender. Fundé una consultora especializada en bienestar y felicidad laboral, siendo pionera en el tema.

Empecé investigando cuántas consultoras de recursos humanos había en México: más de 22 mil. Entonces supe que tenía que diferenciarme. Así

NANCY



MARTINEZ

nació nuestro propósito: ayudar a las organizaciones a ser más saludables, rentables, humanas, productivas y felices.

■ **¿Cómo fue tu formación para llegar hasta aquí y cómo conseguiste ese diferencial como empresa?**

Llegué a través de la investigación. Me empecé a enfocar en temas como la psicología positiva y la psicología organizacional positiva. Me preparé mucho, hice varias certificaciones en bienestar y felicidad. Pero fue cuando encontré la psicología organizacional positiva que conecté con el conocimiento que realmente necesitaba.

Porque, desde mi experiencia, por muy feliz que tú seas, por mucha actitud y recursos personales que tengas, si trabajas en un entorno tóxico, donde no te reconocen, donde te roban ideas, donde no te valoran ni te respetan, te vas a ir. Porque una persona feliz toma decisiones, y elige irse.

También descubrí que se confunde compromiso con felicidad. Hay personas comprometidas que no son felices, simplemente se quedan porque necesitan el trabajo. A partir de esto, creamos un modelo de bienestar laboral.

“Fundé una consultora especializada en bienestar y felicidad laboral, siendo pionera en el tema”

Además, algo que me encantó fue descubrir la gamificación. Aprendí que hoy no se aprende como antes. Ahora se aprende jugando, dándose cuenta. Nuestra metodología no usa PowerPoints ni manuales. En mis congresos hay juegos, la gente conecta, y eso genera compromiso real.

■ **¿Qué te inspira a trabajar por la felicidad de otras personas todos los días?**

Ver a alguien que le brillan los ojos porque está en el trabajo correcto, porque hace lo que ama. Pero ¿sabes qué me inspira más? Ver cuando a esa persona la tratan con respeto, le pagan mejor, le reconocen su trabajo, le dan condiciones dignas. Ahí siento que estamos logrando algo real.

“Ahora se aprende jugando, dándose cuenta”

■ **¿Qué consideras que es la felicidad en el trabajo?**

Para mí, es tener los recursos psicológicos necesarios para enfrentar la adversidad y tomar decisiones que te acerquen a la paz, a la plenitud y al control de tu vida. Que puedas ser quien quieres ser. Eso permite que la persona despliegue sus fortalezas y que la organización logre resultados extraordinarios.

■ **¿Cuál es tu target?**

Principalmente personas que trabajan en áreas de Recursos Humanos, Desarrollo Organizacional, Capacitación, Bienestar o Felicidad. Pero también se acercan directores generales, lo cual me parece muy valioso, porque muestra que hay un interés genuino en ayudar a sus colaboradores, aunque no sepan por dónde empezar. Ahí entramos nosotros.

■ **¿Cuáles son los puntos de dolor de cada uno?**

En Recursos Humanos, uno es que siguen viendo a la plantilla como antes, sin entender que hoy conviven cinco generaciones con necesidades diferentes. Más del 80% del área sigue siendo transaccional: pagan nómina, hacen lo mínimo. No hay estrategia real para mejorar la

vida de las personas ni para hacerlas productivas. Otro punto de dolor es la falta de confianza en el área. Y, en mi campo, el gran dolor es que no saben cómo crear una estrategia de bienestar y felicidad laboral.

En el caso de los directores, su dolor es que quieren ganar dinero. El bienestar no les interesa... hasta que les hablas con datos: pérdida de dinero, rotación, sobrecostos. Entonces sí se abren a la conversación. También les cuesta delegar, no tienen calidad de vida, viven estresados porque están más enfocados en el número que en el talento.

■ **¿Cuál es el modelo y cuáles son las estrategias de bienestar y felicidad laboral?**

Creamos el modelo **PLEASE**:

P **Personas saludables**
(física, mental, emocional,
espiritual y financieramente)

L **Líderes**
positivos

E **Equipos**
extraordinarios

A **Alta dirección**
comprometida

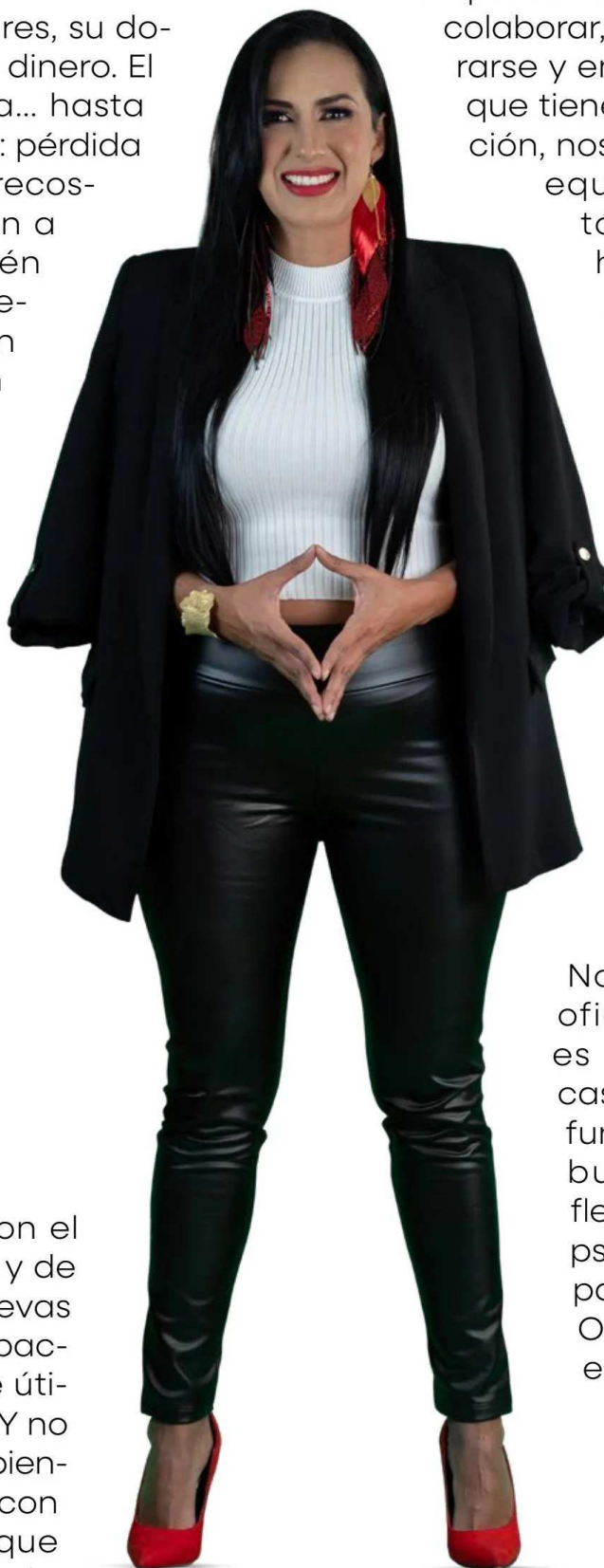
SE **Servicio extraordinario de**
Recursos Humanos

Todo esto conectado con el propósito de la empresa y de las personas. Hoy las nuevas generaciones quieren impactar en el mundo, sentirse útiles. El propósito es clave. Y no se trata de romantizar el bienestar: no se arregla solo con premios o snacks. Hay que estructurar una estrategia

sólida, con políticas e iniciativas propias. Trabajamos con líderes que muchas veces no fueron preparados para liderar, que no saben gestionar sus propios temas personales. Ayudamos a que los equipos aprendan a colaborar, reconocerse, valorarse y entender el impacto que tienen. En la alta dirección, nos encontramos con equipos fracturados, tóxicos, que no se hablan entre ellos. Esto también hay que trabajarlo. Recursos Humanos debe hacer algo más que ejecutar. Tiene que facilitar que la gente pueda mejorar su vida.

■ **¿Qué desafíos enfrentan los talentos en el iGaming?**

En primer lugar, quieren movilidad. No quieren ir a una oficina. Aquí el reto es establecer políticas claras y procesos funcionales. También buscan confianza, flexibilidad, seguridad psicológica y libertad para aportar valor. Otro gran desafío es encontrar talento



adecuado. Para eso hay que saber qué se busca, hacia dónde va la empresa y qué puede ofrecer. Y claro, está el tema de la compensación. Las empresas pueden traer talento de todo el mundo, esto genera una competencia distinta.

■ **¿Qué es lo primero que recomiendas en charlas o capacitaciones en el sector?**

Lo primero que recomiendo es que no hablen de felicidad. Lo segundo es que vendan bienestar con números y datos. Sin datos, ninguna estrategia funciona. Hay que medir, documentar y demostrar impacto.

■ **¿Puedes describir un caso real de algún cliente del rubro?**

Sí, trabajamos en una fusión: nuestro cliente compró casinos del norte del país y el equipo estaba asustado, venían de una cultura muy familiar y pasaban a una organización más institucionalizada. Lo que hicimos fue crear un programa de habilitación de líderes. Les mostramos hacia dónde iban, les dimos certezas. Además, les mejoraron sueldos y esquema de compensaciones. Les ayudamos a ver que el cambio podía ser positivo. Y lo fue.

“Sin datos, ninguna estrategia funciona. Hay que medir, documentar y demostrar impacto”

■ **¿Qué implicancias positivas y qué implicancias negativas tiene el trabajo remoto y la presencialidad?**

El trabajo remoto tiene como principales ventajas una mejora en la calidad de vida de los colaboradores, ahorro en





traslados y costos tanto para empleados como para la empresa. Sin embargo, puede tener efectos negativos si no existen reglas claras, límites establecidos y liderazgo capacitado. Sin estructura, muchas personas no entienden cómo ni cuándo deben trabajar, lo que puede afectar la productividad.

En cuanto a la presencialidad, mantener horarios rígidos de 9 a 18 puede reducir la calidad de vida. Por eso, tanto en lo presencial como en lo remoto, la flexibilidad basada en resultados es clave: si el colaborador cumple, debe tener libertad para gestionar su tiempo. La confianza y la coherencia en la aplicación de las reglas son fundamentales para que cualquier modelo funcione. Sin ellas, se corre el riesgo de retroceder a esquemas autoritarios que generan malestar.

“Mantener horarios rígidos de 9 a 18 puede reducir la calidad de vida”

■ ***¿Cuál ha sido el mayor reto que enfrentaste al impulsar culturas organizacionales positivas en empresas tradicionales o resistentes al cambio?***

El mayor reto ha sido trabajar con la alta dirección. Aunque en algunos casos el presidente o director general está comprometido con el cambio, muchos líderes que llevan años en sus puestos se resisten a modificar su forma de trabajar. Suelen querer imponer sus propias reglas, están acostumbrados a operar de cierta manera y sienten miedo a perder su posición. Si ese núcleo no cambia de mentalidad, ningún esfuerzo de transformación cultural avanza, sin importar el entusiasmo del resto de la organización.

■ ¿Qué es una “empresa heroína”?

Una empresa heroína es aquella que, incluso en la adversidad, demuestra resiliencia, humanidad y compromiso genuino con su gente. Es una empresa rentable y exigente, pero también empática, que genera estrategias para que sus colaboradores puedan ser quienes quieren ser, equilibrando resultados con bienestar.

El término surgió durante la pandemia como una evolución del concepto de “empresa feliz”, para demostrar que la felicidad y la adversidad no están reñidas. De hecho, las organizaciones que se habían preocupado por sus equipos antes de la crisis fueron las que mejor atravesaron ese periodo. Empresas donde, por ejemplo, los empleados aceptaron recortes salariales voluntarios en solidaridad con la compañía y sus compañeros. Eso, más allá de cualquier teoría, es lo que define a una empresa heroína.





POTENCIAMOS MARCAS, CUMPLIENDO OBJETIVOS.



BRANDING
IDENTIDAD VISUAL
SOCIAL MEDIA
MANAGER
PACKAGING



DISEÑO EDITORIAL
MERCHANDISING
FOTOGRAFÍA
FILMMAKING
MOTION GRAPHICS

VAMOTM
AGENCIA
CREATIVA

VAMOTM
iGaming



   @vamoagenciacreativa

Revistas.PeruRadio.net.pe

LEALTAD PARA GANAR: LOS PROGRAMAS DE RETENCIÓN

En este universo competitivo, donde los jugadores pueden cambiar de plataforma con solo un clic, la lealtad del usuario se ha convertido en una moneda tan valiosa como cualquier jackpot. Mientras México consolida su posición como uno de los mercados emergentes más prometedores en Latinoamérica, los programas de retención surgen como herramientas estratégicas para mantener a los jugadores comprometidos, activos y, sobre todo, conectados emocionalmente con la marca. Los programas de retención, también llamados de fidelización o lealtad, son es-

El papel clave de los programas de retención en el iGaming mexicano.

quemas de recompensas que premian a los jugadores por su actividad constante. Esto puede incluir puntos por apuestas, niveles VIP, bonos exclusivos, acceso anticipado a torneos o incluso regalos físicos. Lejos de ser solo una estrategia de marketing, se han convertido en motores de retención.

En Estados Unidos, según datos de la firma Deloitte, los usuarios fidelizados gastan hasta un 67% más que aquellos sin afiliación a programas de recompensas,

ESTUDIO DE STATISTA REINO UNIDO

7/10 jugadores prefieren plataformas con programas de lealtad bien estructurados

25-30% de aumento en la retención anual en empresas que implementan sistemas de fidelización

48% más de interacción en las recompensas personalizadas que en los bonos genéricos

una tendencia que también se refleja en plataformas digitales de entretenimiento como Netflix o Spotify. Todo esto marca un atractivo panorama y un reto que debes considerar para implementar profesionalmente estos programas a tu marca.

En México, el sector de iGaming aún está en fase de expansión, pero la competencia ya es feroz. Con operadores nacionales y extranjeros disputando la atención de los usuarios, la fidelización se vuelve vital. “Un jugador que recibe beneficios por su constancia no solo regresa, sino que recomienda”, es una frase que escuchamos de diversos directores de marketing y que tiene estrecha relación con el trinomio Beneficio-Retención-Recomendación que presentan estos programas. Aunque aún no hay cifras específicas sobre el impacto de estos programas en el país, la tendencia que se perfila es clara: los operadores que ya han incorporado esquemas de lealtad reportan mayor tiempo de permanencia en sus plataformas y mejor conversión de usuarios registrados a usuarios activos.

Casos de éxito internacionales:

- **Bet365** implementó un sistema de niveles VIP que les permitió incrementar la permanencia media en su plataforma de 12 a 21 meses.
- **PokerStars** rediseñó su programa “Stars Rewards” en 2022 para incluir misiones personalizadas, lo que aumentó la actividad diaria en un 15% en solo seis meses.
- En **Colombia**, la casa de apuestas WPlay desarrolló un esquema de cash-back y promociones cruzadas con equipos de fútbol local, logrando duplicar su base de usuarios en menos de un año.

Invertir en la creación de un programa de lealtad no es solo una cuestión de retención, sino de escalabilidad puesto que:

- Reduce el costo de adquisición de clientes al disminuir la dependencia de campañas publicitarias agresivas.
- Mejora la reputación de marca a través de la experiencia personalizada.
- Aumenta el ticket promedio de los jugadores retenidos, ya que apuestan con mayor frecuencia y volumen.

Ahora bien, con el avance de la inteligencia artificial se proyecta que los programas de lealtad evolucionen hacia modelos más predictivos y personalizados. En lugar de enviar bonos genéricos, las plataformas podrán anticipar qué tipo de incentivo desea cada jugador, cuándo y cómo entregarlo para maximizar su efectividad.

En un mercado como el mexicano, con más de 130 millones de habitantes, millones de ellos potenciales apostadores, la clave está en buscar la diferenciación. Los programas de lealtad bien diseñados y ejecutados, pueden ser el factor que incline la balanza entre el abandono y la lealtad a largo plazo. Ten presente que, en el iGaming, la lealtad no se gana con suerte, sino con estrategia.

CLAVES LEGALES

DESDE LA VISION DEL DR. CARLOS PORTILLA

Con una trayectoria de más de 40 años en el ámbito jurídico, el Dr. Carlos Portilla ha sido testigo y protagonista de la evolución legal del juego con apuestas en México. Socio fundador de la firma Portilla, Ruy-Díaz y Aguilar, ha asesorado a fabricantes, operadores y reguladores del sector, participando activamente en procesos clave en el país.

En esta entrevista, ofrece un análisis preciso sobre el estado actual del marco legal del iGaming, los desafíos normativos pendientes, el impacto del juego ilegal y las implicancias de una posible nueva Ley Federal de Juegos y Sorteos.

■ ***Cuéntenos de su trayectoria en México.***

Mi actividad profesional inició en el año 1980 en la firma Basham, Ringe y Correa, S.C., donde trabajé por un poco más de 28 años. Basham es y ha sido una firma multidisciplinaria y la más grande e importante de México en esos años. Fui privilegiado y me siento orgulloso y agradecido de haber sido parte como pasante, después como abogado y finalmente como socio. Mi práctica fue en el área de Litigio y Arbitraje Internacional. De hecho, gracias a esta práctica tuve la fortuna de trabajar un año en la Corte Internacional de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional en París y miembro activo de varias Centros de Arbitraje en México.

En el año 2008 algunos abogados de la firma decidimos salirnos de Basham y formar una nueva firma, con el objetivo de dejar un legado que perdure y sea testimonio de nuestro trabajo. Hoy la firma Portilla, Ruy-Díaz y Aguilar, S.C., es una firma multidisciplinaria que ha crecido de manera exponencial en 17 años de su apertura, contando con tres oficinas en la Ciudad



de México, Querétaro y Los cabos (próximamente en Cancún). La firma se compone de nueve socios y varios abogados.

■ **¿Cuál fue el primer acercamiento del bufete PR&A con la industria del iGaming?**

En el 2008, esto es, cuatro años después de haberse publicado el Reglamento de la Ley Federal de Juegos y Sorteos, la empresa fabricante de máquinas Williams, mejor conocida como WMS, se puso en contacto con la firma para solicitar que lleváramos a cabo el proceso de compliance, con el fin de asegurarse

de que los permisionarios que estaban solicitando la compra de máquinas de juego (slot machines) para sus casinos, contaran con los permisos necesarios otorgados por el Gobierno Mexicano para operar y captar apuestas legalmente.

Posteriormente, fuimos contratados por varias empresas fabricantes de máquinas para el mismo fin, como lo fueron Bally, Shufflemaster, Scientific Games y otras más, llevando no solo sus procesos de compliance, sino también en temas de comercio exterior, contractuales, corporativos y propiedad intelectual, entre otros.

En el año 2013, fuimos invitados para formar parte de AGEM (Association of Gaming Equipment Manufacturers). Esta Asociación agrupa cuando menos al 90% de los fabricantes de las máquinas de Sorteo de Números y Símbolos (Slot Machines) que operan en los casinos de México y el mundo. De igual manera y junto con otra firma de abogados, les dimos la asesoría jurídica necesaria para formar el Capítulo Mexicano, único a

nivel mundial.

Es importante mencionar que estos procesos de compliance y organización de AGEM, nos permitieron no solo conocer a los principales fabricantes de máquinas, sino también a los permisionarios y operadores autorizados. De hecho, una vez que terminaron los procesos de compliance y con la anuencia de nuestros clientes del sector fabricantes de máquinas y softwares, iniciamos la re-

presentación legal de varios permisionarios en el país, llevando a cabo todos los trabajos y procesos legales de cumplimiento ante la Secretaría de Gobernación, entre otras autoridades.

También, hemos tenido la dicha de traba-

jar con el regulador en otros temas como las reformas al reglamento, estudios a la ley y el reglamento para determinar la aceptación o no del juego en línea.

Hoy en día, formo parte de la agrupación International Masters Gaming Law y he sido reconocido por Who's Who legal como "Who's Who Legal: Thought Leaders Sports and Gaming" desde 2023 y he obtenido el Ranqueo de Chambers and Partners Global 2025 para "Gaming".

■ **¿Qué servicios jurídicos brindan a las operaciones de México?**

A las empresas extranjeras que se pretenden establecer en México, les brindamos servicios de localización de oportunidades, apoyo para su negociación, preparación de toda la documentación relacionada, presentación y ejecución de los tramites ante las autoridades correspondientes, etc.

A los fabricantes de máquinas, les brindamos todo tipo de servicios relacionados a su

“Los procesos de compliance y organización de AGEM, nos permitieron conocer a los permisionarios y operadores autorizados”

“A los fabricantes de máquinas, les brindamos servicios como revisión y adecuación de los contratos”



actividad, como lo son la revisión y adecuación (tropicalización) de los contratos que celebran con permisionarios y operadores en México, servicios corporativos para sus empresas mexicanas, asesoría en comercio exterior, laboral, litigio, marcas y en temas relacionados a la prevención de lavado de dinero, entre otros.

“A los permisionarios y operadores, la firma los apoya con todo tipo de asesoría para el cumplimiento regulatorio”

A los permisionarios y operadores, la firma los apoya con todo tipo de asesoría para la conservación y cumplimiento regulatorio, así como para la mejora y perfeccionamiento de sus permisos, su renovación y autorizaciones en general, tales como promociones, publicidad, cumplimiento regulatorio, etc. Así mismo, fuimos la firma más activa en la defensa de la industria del juego, en contra de la pretendida reforma al Reglamento de la Ley Federal de Juegos y

Sorteos, mediante la cual se pretendió reformar, adicionar y derogar diversas disposiciones, en donde se buscó prohibir los sorteos de números y símbolos mediante máquinas, así como el uso de cartas, ruletas y otros en las apuestas en México, ya sea en establecimiento físicos y a través del juego en línea.

■ ¿Cómo ha evolucionado el aspecto legal en el iGaming mexicano?

Debemos de tomar en consideración que es mínima la legislación que regula expresamente al juego en línea. Recordemos que la Ley Federal de Juegos y Sorteos fue publicada el 31 de diciembre de 1947. Esta ley únicamente cuenta con 17 artículos y solo dos de ellos con referencia a los juegos con apuesta.

El 17 de septiembre del 2004, esto es, 57 años después, fue publicado el Reglamento de la Ley Federal de Juegos y Sorteos, con el objetivo de poner orden a la industria. Recordemos que años atrás comenzaron a funcionar diversos establecimientos físicos de juegos con apuestas, protegidos a través de reso-

luciones que fueron otorgadas por los Tribunales Federales.

Es claro que esta ley marcó un gran avance para la industria del juego. Sin embargo, por el año de publicación del Reglamento (2004), no se tenía conocimiento y mucho menos experiencia como se tiene ahora del avance y funcionamiento que la industria de la apuesta experimentaría a través del uso del Internet y por ende el desarrollo y crecimiento del juego en línea. Recordemos que Internet en esa época se usaba con distintos fines.

El Reglamento es omiso en la regulación y expedición de permisos para el solo efecto de operar el juego en línea. Actualmente, se trabaja junto con la autoridad federal reguladora, en un proyecto nuevo de Ley Federal de Juegos y Sorteos, donde se incorpore la Regulación del juego en línea, juego responsable y otros temas como es el juego ilegal. Con estas reformas, se logrará sin lugar a duda contar con reglas más claras para la industria y para combatir con más fuerza al juego ilegal.

■ **¿Puede explicarnos cuáles son hoy día los principales vacíos o desafíos legales que enfrenta el sector?**

Aunque se cuenta con una Ley Federal de Juegos y Sorteos y su reglamento, el cual regula lo que está permitido y en general toda la actividad del juego, la autoridad en lugar de dar cumplimiento a sus lineamientos, de vez en vez cambian las políticas en esta materia. Con esto me refiero a que nuestra legislación permite la apertura de nuevos establecimientos físicos y sin embargo las políticas del país (sin tener una justificación clara) han sido de no otorgar más autorizaciones para la apertura de establecimientos. Esto en mi opinión no debiera de ser correcto. Lo mismo sucede con los permisos nuevos para la captación de



apuestas a través de Internet.

En lo personal considero que el Reglamento a la Ley Federal de Juegos y Sorteos funciona correctamente y lo único que precisa es su actualización, a través de la inclusión de los requisitos y marco jurídico del juego en línea, juego responsable y algunas precisiones más. Sin embargo, se ha optado por una Nueva Ley Federal de Juegos y Sorteos que no me parece que sea incorrecto, solo el tema de los tiempos y su elaboración puede tomar más tiempo. En lo personal, considero que estará lista el próximo año.

■ **Sobre la posible creación de una nueva ley de juegos y sorteos, ¿qué cambios normativos considera prioritarios y cómo debe de tratarse esta ley? ¿Qué actores deben liderar esa transformación?**

En lo personal, si se trabajara en una



nueva ley Federal de Juegos y Sorteos consideraría obligatorio se constituya el Consejo Consultivo de Juegos y Sorteos, con objeto de coadyuvar con la Dirección en el cumplimiento de las políticas públicas de transparencia y rendición de cuentas conforme a la Ley y el Reglamento. Aunque este Consejo Consultivo aparece consignado en el artículo 14 de nuestro reglamento, nunca ha entrado en función. Si este Consejo estuviere formado por personas voluntarias y que conozcan la materia seguramente sería bien recibido por la dirección.

Como lo dije anteriormente, en mi opinión sólo se requieren algunas adiciones al reglamento en materia de juego responsable, juego en línea, entre otros, para hacerlo funcionar de manera adecuada.

■ ***¿Cómo compararías la regulación del iGaming local con otras jurisdicciones como Colombia o Estados Unidos? Particularmente Nevada, ¿cuya estructura regulatoria ustedes conocen bien?***

No hay forma de comparar a las legislaciones de México con las de Estados Unidos y menos aún con las de Nevada para iGaming. En principio, debemos establecer que en México se cuenta con una legislación federal, lo que significa que opera en toda la República Mexicana. En Estados Unidos varían según el Estado que se trate, pues en algunos se permiten plenamente varios de los juegos y en otros están prohibidos.

Por otra parte, en Nevada no se ha autorizado la captación de apuestas en casinos en línea y por ende se prohíbe toda actividad de juegos a través de este medio como lo son slot machines, tragamonedas y blackjack.

En cuanto al caso de Colombia, no me gustaría hablar de las leyes de allí que regulan las facultades del gobierno para otorgar autorizaciones para juego en línea, máxime que tengo conocimiento que son varias de ellas, como es la Ley 643 del 2002 y el decreto 4142 del 3 de noviembre de 2011. Cualquier comentario podría ser equivocado o mal interpretado.

■ ***El lavado de activos y el no control del juego en menores de edad son algunos de los problemas que origina el mercado negro, ¿cómo los operadores y el gobierno deberían hacer frente a este problema?***

Las apuestas ilegales y el lavado de dinero a través de sitios ilegales, es un problema que de acuerdo con lo que se lee en reportes, escala día a día y preocupa no solo al gobierno mexicano sino a nivel mundial. De acuerdo con estos reportes y estudios, la mayor parte de estas apuestas son ilegales y se sabe que

se lavan miles de millones de dólares en todo el mundo. En México, se calcula que cuando menos el 40% de las apuestas de participantes se hacen en plataformas que no tienen permiso para operar en el país, o bien, en sitios donde los permisos fueron otorgados en otras jurisdicciones y en el peor de los casos en sitios que ni siquiera cuentan con permiso alguno.

Se sabe que la Unidad de Inteligencia Financiera está trabajando en prevenir y combatir la ilegalidad de estos sitios, pero el problema es tan grande y complejo que poco se puede hacer, principalmente cuando estos sitios no están en territorio nacional y se requiere del apoyo de otros gobiernos para erradicarlos.

Lo que se sabe es que el gobierno mexicano está estudiando la forma de bloquear las señales de todos los sitios ubicados en el extranjero, para evitar de esta manera la captación de apuestas en territorio nacional, así como modificaciones a la ley para prohibir a las empresas con servicios de pago, y que puedan captarlas en territorio nacional si no se trata de un sitio que cuente con

“El gobierno mexicano está estudiando la forma de bloquear las señales de todos los sitios en el extranjero”

un permiso otorgado por SEGOB. Estas acciones podrán reducir el juego ilegal, pero de manera alguna acabarlo.

Por ejemplo, en Estados Unidos la Ley de Control de las Apuestas Ilegales en Internet, ha dificultado el cobro de pagos en los sitios de apuestas en línea. Si las transacciones se consideran ilegales según la ley estatal o federal, los casinos en línea no pueden procesar el pago. Esto trae como resultado que se inhiba

a los casinos en línea y sus jugadores a participar u ofrecer esta actividad de apuestas.

“Estoy convencido de que el uso de la tecnología y la innovación deben ir de la mano para permitir al jugador tener una experiencia de entretenimiento confiable”

■ **¿Cómo impacta la tecnología a favor de la legalidad?**

La tecnología digital ha permitido que hoy cualquier persona pueda acceder esté donde esté a portales de apuestas y juego en línea. Por ello, estoy convencido que el uso de la tecnología y la innovación deben ir de la mano y estar presentes, para dar y permitir al jugador tener una experiencia de entretenimiento confiable, donde la interacción y navegación sea fácil y bien informada.

He sido testigo que el uso y mantenimiento de la tecnología de una adecuada, funcional, moderna e innovadora, debe ser parte de la responsabilidad de los operadores de juego en línea. También estoy convencido que empresas serias y experimentadas, buscan impactar positivamente en la participación del jugador y dentro de un marco de legalidad, transparencia y seguridad. Por ello, la tecnología debe ser dinámica y modernizarse en la industria del juego, permitiendo el uso de sistemas de pago rápidos, protocolos de seguridad eficientes para evitar fraudes, otorgando así información precisa en todo momento y ofreciendo programas en favor de los clientes como lo es el de fidelidad.

■ **Desde el punto de vista legal, ¿considera que las loterías tienen respaldo en el iGaming mexicano?**

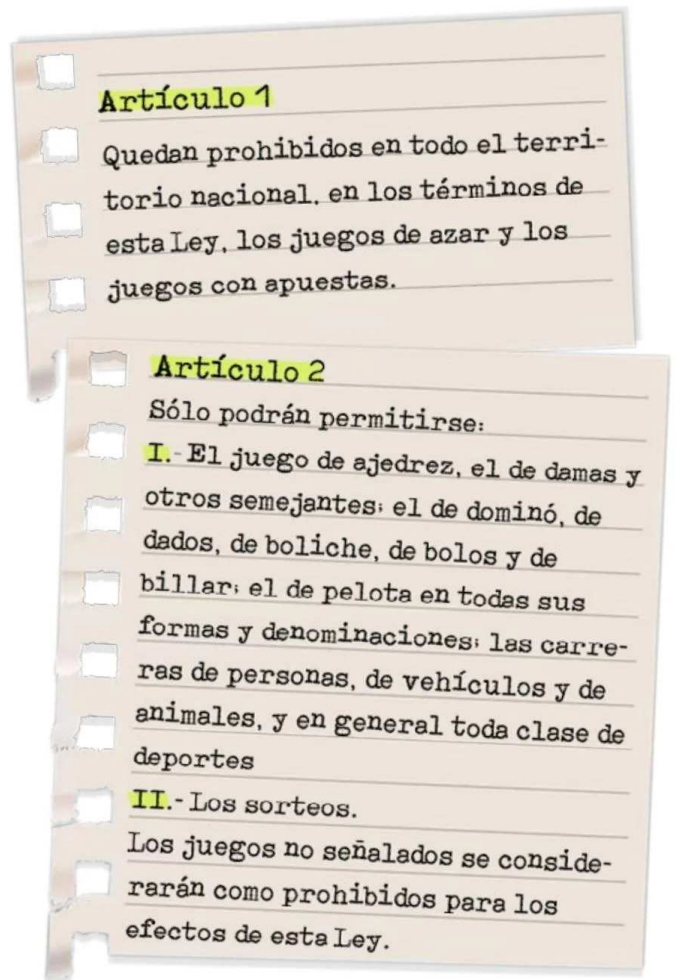
Me parece que hablar de las loterías en México, es hablar de una larga y apasionante historia que ha sido parte de su cultura, cuya popularidad fue gracias a las ferias itinerantes donde se llevaban a cabo. De hecho, las imágenes de las cartas se deben al empresario francés Clemente Jacques. De niños todos tuvimos una lotería donde pasábamos tardes jugando con amigos o familias, o participábamos en ferias itinerantes donde se nos permitía jugar y ganar premios.

El primer antecedente legal registrado ocurrió el 20 de diciembre de 1769, cuando se estableció en la Ciudad de México una Lotería General, a través del “Plan y Reglas para el Establecimiento de la Lotería”. Por su éxito, vinieron muchas otras loterías con el objeto de recabar fondos ante necesidades urgentes de la población, hasta que en el año 1915 se restableció la Lotería Nacional para la Beneficencia Pública.

Ahora bien, en mi opinión y desde un objetivo punto legal las loterías si tienen un respaldo legal para operarse en México, ya sea en iGaming o en establecimientos físicos. Para responder y fundar esta opinión me permito mencionar lo siguiente: quizás la duda surge porque ni la Ley Federal de Juegos y Sorteos de 1947 ni el Reglamento, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 17 de septiembre de 2004, hacen referencia a las loterías como juegos permisibles.

Haciendo un análisis de la Ley Federal de Juegos y Sorteos de 1947, tenemos que únicamente 2 artículos de los 17 que consta la Ley se refieren a los juegos que son permisibles y prohibidos. Sin embargo, su mala o deficiente redacción, dio motivo a diferentes opiniones y disputas

originadas por miembros de un grupo parlamentario del Congreso de la Unión, las cuales fueron resueltas en definitiva por la Suprema Corte de Justicia de la Nación en dos importantes ejecutorias. En efecto, para sostener lo anterior basta revisar el texto de los dos artículos.



Del texto de este primer artículo, se desprende de manera tajante que quedan prohibidos en todo el territorio nacional, los juegos de azar y los juegos con apuestas.

Sin embargo y en contradicción al artículo primero, en el segundo artículo se señala en su primera fracción que solo estarán permitidos entre otros juegos los “dados”, los cuales por su forma de llevarse a cabo y naturaleza misma, sin lugar a duda se trata de un juego de azar y no de destreza.

De igual manera y como excepción a la

prohibición de los juegos de azar contenida en el artículo primero, el legislador federal dispuso de forma expresa y limitativa en la fracción segunda que los sorteos estaban permitidos.

De esta manera, si los sorteos están permitidos de manera general, esto es sin restricción o limitación alguna en cuanto a modalidad, reglas, etc. Debe entenderse que estos están permitidos.

Sumando a esto debo señalar que la Suprema Corte de Justicia de la Nación lo interpretó de esta manera, al resolver la Controversia Constitucional 97/2004. Esto es, al establecer que el resultado de los sorteos está determinado por el azar y no se trata de juegos de destreza o habilidades, sino de simples sorteos como los prevé la ley, por lo que estimó que de acuerdo con lo anterior era incorrecta la concepción en el sentido de que los sorteos de números o símbolos pudieren ser limitados.

En este escenario, se determinó que los sorteos de números y símbolos respetaban los principios de subordinación jerárquica de los reglamentos a la ley y de reserva de la ley, así como también la Ley Federal de Juegos y Sorteos admitía la posibilidad de que existan los sorteos, sin restricción alguna.

Por todo esto puedo asegurar que las loterías tienen respaldo en el iGaming mexicano.

■ **¿Considera que hay espacio para más**

casinos online en el país?

Según los informes emitidos por la autoridad reguladora, actualmente hay 37 permisionarios, que cuentan con 71 permisos para instalar centros de apuestas remotas y salas de sorteos de números.

De estos 71 permisos, 19 fueron otorgados previos a la entrada en vigor del Reglamento.

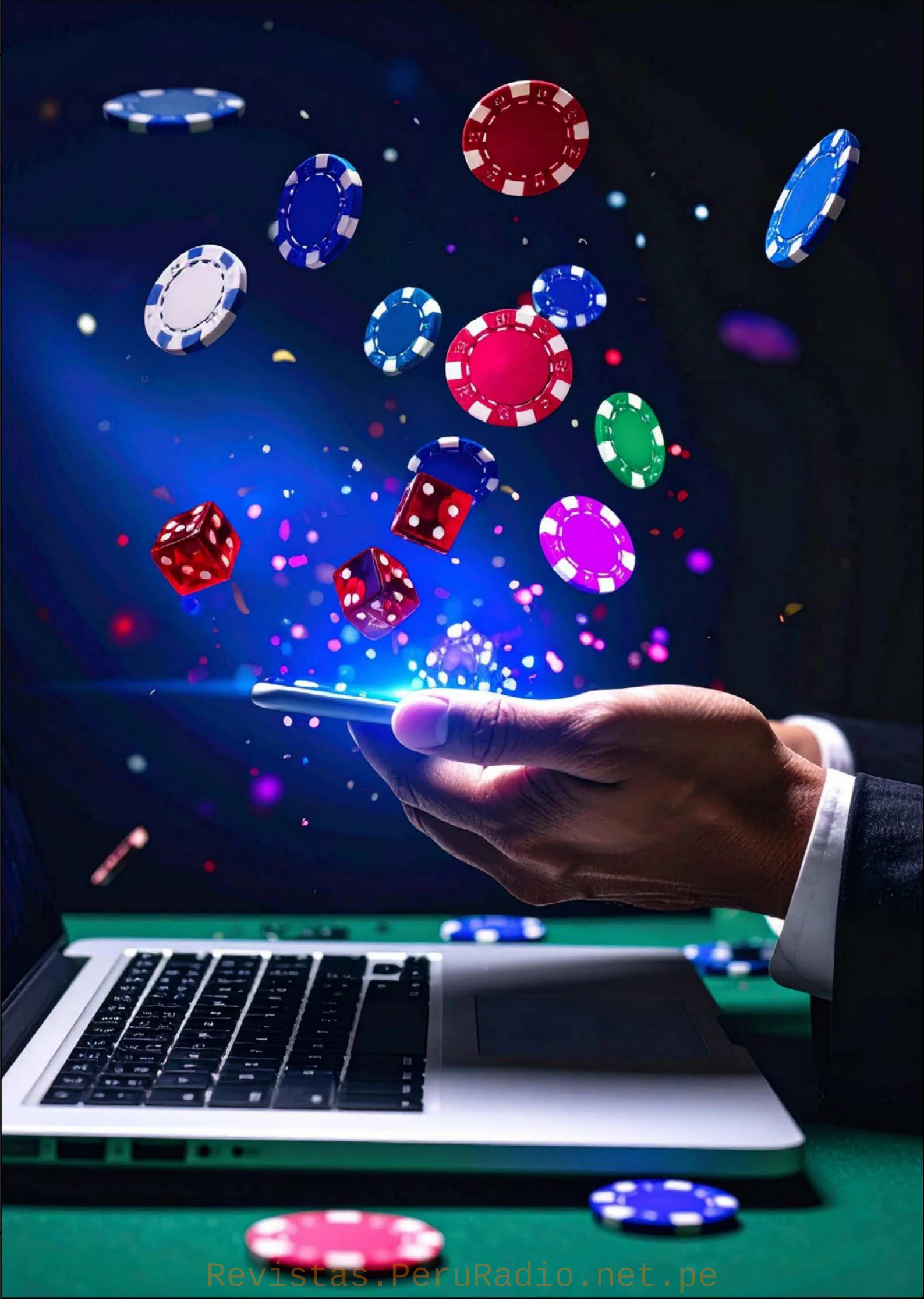
Hasta el año pasado, la cifra oficial de autorizaciones para operar el juego en línea oscilaba en 86 autorizaciones a los 37 permisionarios para operar el juego en línea. De estas

86 autorizaciones para juego en línea, se sabe que muchas de ellas no están en operación.

Definitivamente sí hay espacio y oportunidades para que más operadores nacionales o internacionales puedan operar algunos de los sitios o plataformas en línea autorizadas, mediante la unión de esfuerzos y de negocios con algún permisionario que tenga estas autorizaciones disponibles.

De igual manera, es probable que, con el proyecto de la nueva legislación en materia de Juegos y Sorteos, en cuya formación se está trabajando con la Secretaría de Gobernación, se inicie una nueva cuenta en el otorgamiento de nuevas autorizaciones a los permisionarios para la operación de juego en línea. Incluso, es muy probable que se prevea que se otorguen de manera directa a los nuevos interesados, sin tener que trabajar bajo el paraguas de uno de los 37 per-





misionarios.

■ **¿México es hoy un mercado atractivo para la inversión extranjera? ¿Qué estructura legal o ruta recomendarías para una empresa internacional que quiere operar legalmente aquí?**

Al día de hoy, podemos señalar que la vertical del juego online se ha convertido en el segmento de la industria del juego con mayor crecimiento en nuestro país. De hecho, esto es gracias a que el juego forma parte de la cultura mexicana desde hace siglos, lo que lo convierte sin dudas es uno de los mayores de América Latina, con una demanda creciente tanto de juegos en línea como de apuestas deportivas.

El mercado del iGaming en México mantiene una tendencia ascendente constante desde su punto más significativo de crecimiento que fue en 2021 durante la pandemia de COVID-19. De hecho, este crecimiento continuo de la industria del juego en línea hace difícil conocer con exactitud las cifras oficiales sobre el tamaño del mercado nacional. No obstante, especialistas en la materia y diversas publicaciones calculan que los ingresos totales aumentaron de 2.050 millones de dólares en 2022 y prevén que alcancen los 3.700 millones de dólares en 2028. Otros estudios y opiniones de especialistas consideran que los ingresos sobrepasarán los 4.500 millones de dólares.

Recordemos que la población en México supera los 130 millones de habitantes y, sobre todo, que se trata de un mercado con los perfiles de población más jóvenes del mundo, cuya edad media es de 30 años y con acceso total a los dispositivos móviles y al entretenimiento

digital, incluido el iGaming. Estos factores contribuyen a que México sea uno de los principales contendientes en el mercado mundial del iGaming. Esta evolución que ha experimentado el juego en línea es la principal causa por la cual urge que el marco regulador del país evolucione para satisfacer las demandas de los jugadores de hoy en día. Esta preocupación de mejorar o completar el marco jurídico vigente en la materia, es lo que ha ocasionado el interés de trabajar como se está haciendo en una Nueva Ley Federal de Juegos y Sorteos, así como al hecho de que los operadores se han centrado en la retención y en mejora de las estrategias de captación de jugadores, mediante los programas de fidelización de jugadores.

Las formas para operar en este momento son pocas, ya que no hay

en base a nuestra ley permisos para el único propósito de operar el juego en línea. Ante esta situación se tiene que obtener una autorización a través de un permisionario para operar y celebrar con el mismo algún contrato, como ser de prestación de servicios, para llevar a cabo la operación de dicho sitio. O bien, gestionar y obtener del regulador una autorización para que se constituya en operador autorizado en términos del artículo 30 del Reglamento de la Ley Federal de Juegos y Sorteos y la autorización para llevar a cabo las actividades. Para ello, se requiere la constitución de una empresa mexicana, cuyos accionistas pueden ser 100% capital extranjero y, desde luego, obtener un nombre de dominio y la marca de este nombre de dominio para la captación de apuestas vía internet.

“La vertical de juego online se ha convertido en el segmento con mayor crecimiento en nuestro país”

Recordemos que la población en México supera los 130 millones de habitantes y, sobre todo, que se trata de un mercado con los perfiles de población más jóvenes del mundo, cuya edad media es de 30 años y con acceso total a los dispositivos móviles y al entretenimiento



TRIGOL^{.MX}

SPONSOR OFICIAL DEL
ADN MEXICANO



+18



WWW.TRIGOL.MX

El crecimiento del sector en los últimos años, impulsado por la digitalización, la adopción masiva de dispositivos móviles y la creciente demanda de entretenimiento en línea, ha generado un impacto significativo en el mercado laboral, creando nuevas oportunidades y desafíos para los profesionales del país.

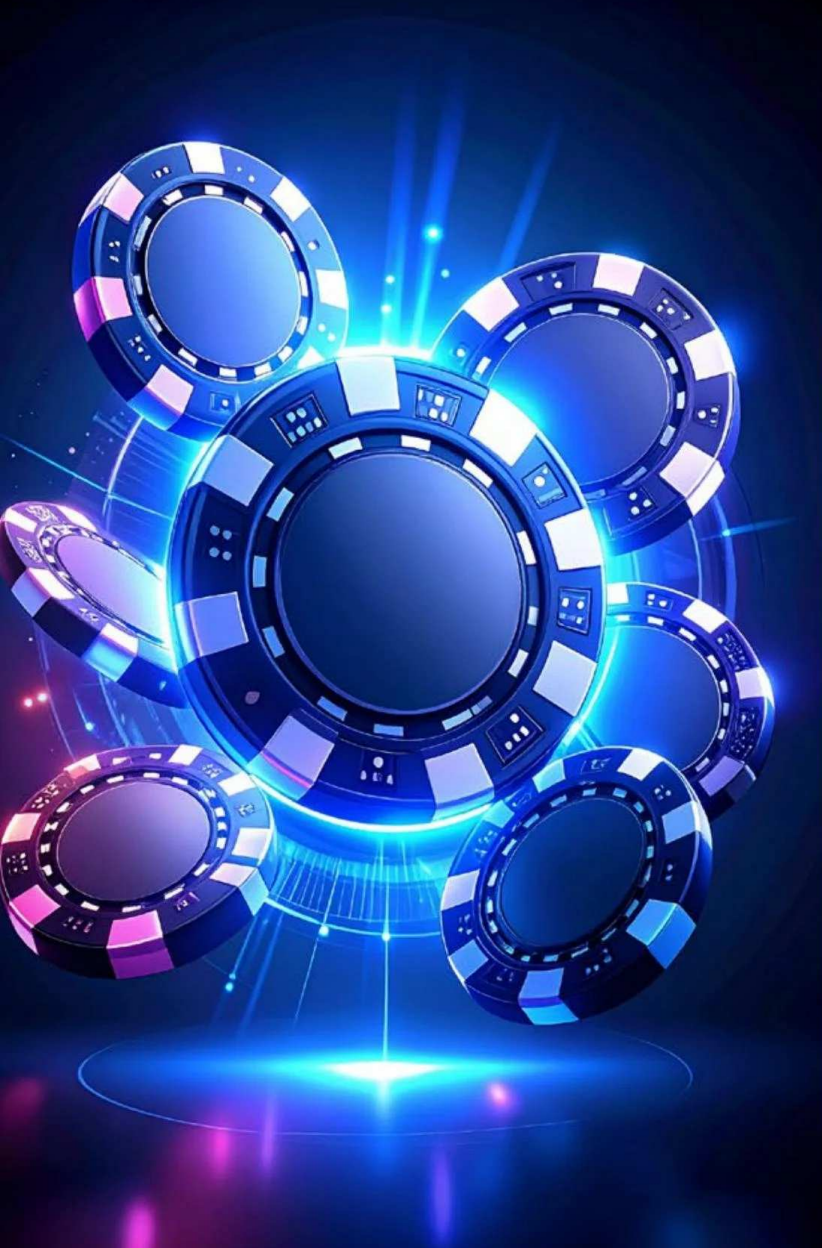
CRECIMIENTO DEL MERCADO

- **Ingresos del iGaming:** según Statista, se proyecta que los ingresos del mercado de iGaming en México alcancen los 3,700 millones de dólares para 2028, un aumento considerable desde los 2,050 millones registrados en 2022.
- **iGaming móvil:** el segmento móvil del iGaming también muestra un gran crecimiento. Según el informe del medio El Herald de México, se presentan ingresos estimados en 830 millones de dólares para finales de 2023 y una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 6.43% entre 2023 y 2027.
- **eSports:** según Statista, el mercado de eSports en México está en expansión, con ingresos proyectados que superarán los 26 millones de dólares para 2027, representando un incremento del 36% entre 2023 y 2027.

IMPACTO EN EL EMPLEO

- **Generación de empleos:** según estimaciones de la consultora H2 Gambling Capital, la industria del casino online ha generado aproximadamente 140,000 empleos en

EVOLUCIÓN DEL MERCADO LABORAL EN EL IGAMING MEXICANO



México, incluyendo puestos directos e indirectos en áreas como desarrollo de software, atención al cliente y marketing.

- **Demanda de talento:** la creciente competencia en el sector ha llevado a una escasez de talento especializado. Las empresas buscan profesionales con habilidades en tecnología, análisis de datos y experiencia en plataformas digitales. De acuerdo con estadísticas de la Consultora Bain & Company, la escasez de perfiles adecuados y las ofertas han crecido, éstas últimas alrededor de 40% en los últimos tres años, por lo que la especialización resulta más que necesaria.

TRANSFORMACIÓN DEL PERFIL PROFESIONAL Y PERSPECTIVAS FUTURAS

La evolución del iGaming ha redefinido los perfiles profesionales requeridos en la industria. Se demandan habilidades en desarrollo de aplicaciones móviles, ciberseguridad, análisis de datos y formación en experiencia de usuario (UX). Además, la integración de tecnologías como inteligencia artificial y realidad virtual están creando nuevas oportunidades para especialistas en estas áreas, por lo que se espera que el mercado laboral en el sector continúe expandiéndose, con una creciente demanda de profesionales capacitados en tecnología, cultura de juego y análisis de datos. La adaptación a las nuevas tecnologías y la formación continua serán clave para aprovechar las oportunidades en la industria.

A black and white portrait of a woman with dark, wavy hair, smiling at the camera. She is wearing a dark, short-sleeved dress. The background is a light-colored wall with a faint map of South America visible. The map shows countries like Mexico, Central America, and various South American nations including Colombia, Venezuela, Ecuador, Peru, and Chile. Labels like 'Gulf of Mexico' and 'Ocean' are also present.

MARÍA IRAID ROSALES GODOY

**COUNTRY MANAGER
DE AMUSNET**

AMUSNET: INNOVACIÓN MULTICANAL

María Iraid Rosales Godoy asumió como country manager de Amusnet para México en 2024, con el objetivo de fortalecer la presencia de la marca en uno de los mercados más competitivos y con más crecimiento de Latinoamérica.

En esta entrevista, nos comparte su visión sobre el presente y el futuro de la industria, las apuestas de la compañía en el mercado mexicano y cómo están transformando la experiencia de juego con una propuesta multicanal que une lo digital con lo presencial.

■ **Cuéntanos acerca de tu trayectoria profesional y cómo llegaste a Amusnet.**

Mi camino hacia el iGaming ha sido el resultado natural de una carrera dedicada a liderar operaciones, optimizar la experiencia del cliente y construir relaciones estratégicas en industrias impulsadas por la tecnología.

Antes de unirme a Amusnet, trabajé por más de una década en los sectores de tecnología y servicios financieros, gestionando proyectos en América Latina y África, siempre con un enfoque en la innovación, el impacto social y la eficien-

cia operativa.

Ingresar al mundo del iGaming representó un cambio refrescante para mí. Descubrí una industria vibrante, dinámica, llena de talento e innovación, y algo que valoro profundamente: un compromiso genuino con el juego responsable.

Desde mayo de 2024 tengo el privilegio de liderar Amusnet en México como Country Manager. Me atrajo especialmente el enfoque de la empresa en la calidad de sus productos, su visión global y su compromiso con un crecimiento sostenible en mercados estratégicos como el mexicano. Desde el primer día, el equipo me brindó su confianza, y he tenido el privilegio de colaborar con operadores, colegas y aliados estratégicos cuya experiencia me ha enriquecido enormemente.

“Descubrí una industria vibrante, dinámica, llena de talento e innovación”

En la actualidad, mi principal objetivo es consolidar la presencia de la compañía en el país a través de alianzas sólidas con nuestros clientes. Más que ofrecer juegos, buscamos acompañarlos en su crecimiento, entendiendo sus retos, adaptándonos a sus necesidades y construyendo relaciones de largo plazo.

que impulsen su éxito y, en consecuencia, el nuestro.

■ **¿Cuál es la propuesta de valor de Amusnet en México?**

La propuesta de valor se basa en tres pilares: innovación constante, cercanía con nuestros clientes y una oferta de entretenimiento de alta calidad.

Además de nuestro reconocido portafolio digital, que incluye tragamonedas en línea, ruletas y casino en vivo, este año estamos dando un paso muy importante con el lanzamiento de nuestros gabinetes físicos para casinos presenciales. Esto nos permite llevar nuestra experiencia al siguiente nivel, con una propuesta verdaderamente multicanal, donde los jugadores pueden disfrutar de la misma calidad de entretenimiento tanto en línea como en casinos físicos.

“La propuesta de valor se basa en la innovación constante, la cercanía con nuestros clientes y una oferta de entretenimiento de alta calidad.”

■ **¿Cuál es el secreto para mantenerse vigente en el mercado mexicano?**

Creo que el secreto está en saber escuchar. Escuchar al jugador, al operador y al mercado. México es un entorno muy dinámico y competitivo, y para mantenerse relevante hay que adaptarse rápido, innovar sin perder el enfoque local y, sobre todo, construir confianza.

En Amusnet creemos que estar cerca de nuestros clientes y tener la flexibilidad para responder a sus necesidades específicas marca una gran diferencia.

Nos enfocamos en construir relaciones duraderas, en entender sus desafíos y apoyarlos para alcanzar sus objetivos de negocio de forma sostenible.

“El secreto está en saber escuchar. Escuchar al jugador, al operador y al mercado.”

■ **¿Cómo es la audiencia mexicana en relación con su oferta?**

La audiencia mexicana es muy apasionada, exigente y siempre está abierta a probar nuevas experiencias. Hemos visto una excelente recepción a nuestros juegos, especialmente aquellos con temáticas vibrantes, mecánicas accesibles y funciones de bonificación atractivas.

Es un mercado que valora tanto la emoción del juego como la calidad visual y matemática de los productos, lo cual se alinea perfectamente con nuestra propuesta.

■ **¿Cómo funciona el lado comercial y de marketing aplicado a sus mercados?**

Nuestro enfoque comercial se basa en construir relaciones sólidas y sostenibles con nuestros socios. No solo ofrecemos productos, sino también un soporte integral que incluye asistencia técnica, análisis de rendimiento y asesoría estratégica. En cuanto al marketing, apostamos por estrategias personalizadas, muy alineadas con los objetivos comerciales de cada operador. También estamos invirtiendo en acciones más innovadoras y visibles que refuercen tanto el posicionamiento de la marca como la conexión con el jugador.

■ **¿Cuáles son los productos y servicios que ofrece Amusnet en el país?**

En México ofrecemos una amplia gama de contenido iGaming con más de 250

iGaming

LOUNGE

Un lugar para
innovar y conectar



Espacio de coworking moderno y colaborativo
creado para fomentar la productividad y la
conexión entre profesionales.



Próximamente
México DF

Contáctanos: info@igaminglounge.mx

Revistas.PeruRadio.net.pe

We Make People Play.



juegos en línea: tragamonedas clásicas, de dados, con personajes, keno y ruletas, todos adaptados a la regulación local. Como mencioné antes, recientemente expandimos nuestra oferta con gabinetes físicos para casinos presenciales. Esta nueva línea representa un paso muy importante para nosotros, ya que llevamos nuestra experiencia del entorno digital al físico, manteniendo la misma calidad en diseño, jugabilidad y rendimiento. Esta visión multicanal es una de nuestras gran-

des prioridades para seguir creciendo en el país y en la región.

Pero más allá de los juegos, también ofrecemos herramientas operativas, soporte técnico local, actualizaciones constantes y soluciones de marketing personalizadas que ayudan a nuestros clientes a posicionarse mejor, atraer más jugadores y alcanzar sus objetivos comerciales.

Nuestro objetivo es ser más que un proveedor: queremos ser un socio estratégico para cada uno de nuestros operadores.

CANALES DE CONTACTO



[WWW.LINKEDIN.COM/COMPANY/AMUSNET/](https://www.linkedin.com/company/amusnet/)



[WWW.AMUSNET.COM/](https://www.amusnet.com/)



[WWW.INSTAGRAM.COM/AMUSNET_INT/](https://www.instagram.com/amusnet_int/)

iGaming ^{MÉXICO}

**Haz que tu marca sea
visible en México**

**ESPACIO
DISPONIBLE**



¡ANÚNCIATE AHORA!

 **in** www.igamingmexico.mx

LIDERAZGO FEMENINO: ENTREVISTA CON ANA PAULA PINTO

En esta entrevista exclusiva, Ana Paula Pinto, directora general de Kingsbet y especialista en tecnología financiera y cumplimiento normativo, comparte su trayectoria profesional y su rol actual al frente de una operación de casino online legalmente constituida en México.

A través de su experiencia, expone los principales desafíos que enfrenta la industria del iGaming en el país, incluyendo una regulación desactualizada, la burocracia y la necesidad de abrir el mercado a la innovación y a nuevos jugadores.

A black and white portrait of a woman with long, dark hair, smiling. She is wearing a light-colored, textured cardigan over a dark top. The background is a plain, light-colored wall.

ANA PAULA PINTO

**DIRECTORA GENERAL
DE KINGSBET**

Ana Paula también reflexiona sobre el rol de la mujer en un sector históricamente dominado por hombres, destacando la importancia de abrir espacios para el liderazgo femenino, diversificar las miradas estratégicas y renovar la propuesta de valor del entretenimiento digital.

Además, aborda la necesidad de adaptar la experiencia de juego a las distintas realidades culturales del país, la competencia frente a otros formatos de entretenimiento y la urgencia de una nueva legislación que promueva la inversión, el desarrollo tecnológico y la equidad regulatoria.

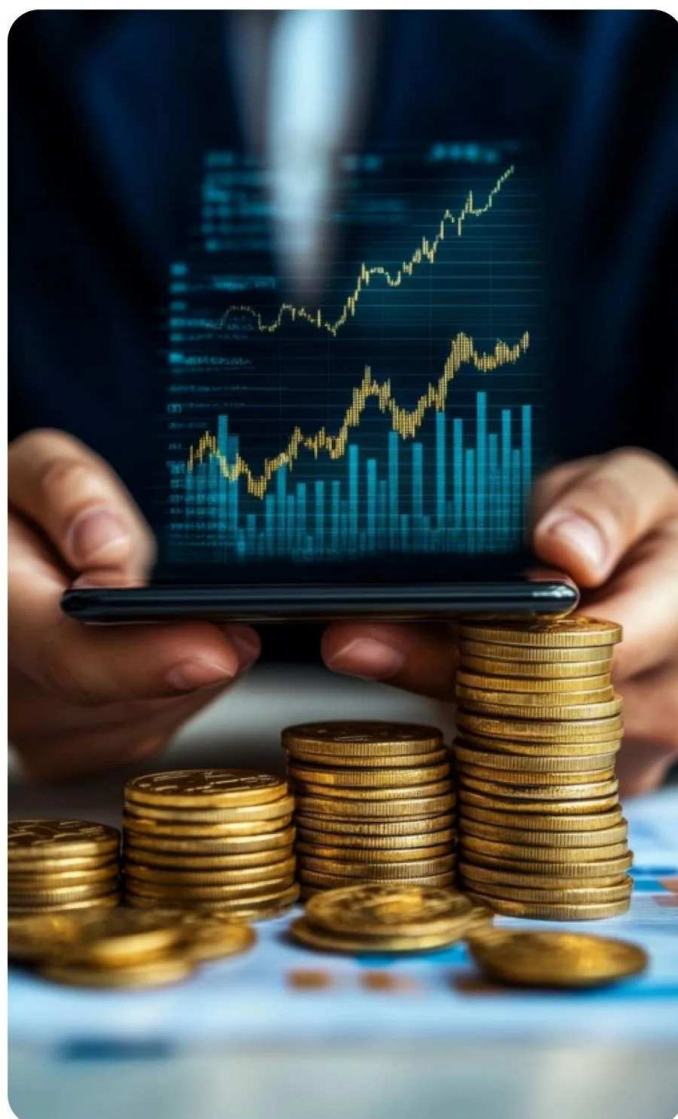
Con una mirada joven, preparada y decidida, nos propone una visión fresca para el presente y el futuro del iGaming en México y Latinoamérica.

■ ***Primero, ¿puedes contarnos brevemente tu trayectoria profesional?***

Soy abogada de profesión, con ocho años de experiencia. Me especialicé en tecnología financiera y cumplimiento normativo, dos temas relacionados con el derecho corporativo. Siempre he trabajado en la industria privada, y a través de mi inserción en la tecnología financiera, llegué al mundo de los casinos online.

■ ***¿Dónde estudiaste y cómo fue tu inserción en el mundo laboral?***

Estudí Derecho en la Universidad Marista de Querétaro. La carrera dura 5 años y no es muy práctica, con lo cual decidí trabajar mientras estudiaba. Fue así como durante el último año ya trabajaba para la empresa KPMG en Querétaro. Eso me permitió graduarme en 2019 con cuatro años de experiencia laboral. Luego de graduarme regresé a Ciudad



de México, donde entré al Grupo Serti, un agregador bancario especializado en tecnología financiera. En 2021, el grupo compró una licencia de casino y comenzamos a investigar todo sobre el sector, lo cual tomó un año completo. Así fue como comenzó el proyecto Kingsbet, un casino en línea que operará en el país.

■ **¿Qué fue lo que más alentó a la empresa a entrar al mundo del juego online?**

Vimos una oportunidad clara partiendo desde nuestro rol como agregadores de pago. Ya conocíamos cómo funcionaba la industria tras bambalinas en cuestiones como la atención al cliente, problemas con wallets, depósitos, etc. Nos motivó la diversificación del negocio y las ganas de innovar.

■ **¿Qué aportas a esta operación?**

Estoy a cargo de toda la operación como directora general: desde el sitio y los proveedores hasta el cumplimiento normativo, atención al cliente y procesadores de pagos. A nivel profesional, creo que lo que apporto es una mirada fresca. Esta industria necesita renovación, salir de lo sombrío y lo repetitivo, y ofrecer una experiencia de entretenimiento real.

“Me gustaría ver más mujeres en roles de toma de decisión.”

■ **¿Cuál ha sido el mayor desafío que enfrentaste en tu camino profesional?**

Nunca imaginé estar liderando una operación como Kingsbet. El desafío principal ha sido lograr ofrecer productos atractivos sin incumplir legalmente. Encontrar ese equilibrio entre lo legal y

lo comercial ha sido complejo, especialmente en una industria tan vigilada.

■ **¿En qué se apoyaron para superar esas limitaciones?**

En el conocimiento. Si algo no se puede hacer, buscamos cómo sí se puede. Muchas veces hay que reformular ideas, adaptarse constantemente y tener paciencia. También es clave acercarse a la autoridad con propuestas innovadoras para impulsar los cambios para salir de la zona de confort.

“Es clave acercarse a la autoridad con propuestas innovadoras”

■ **¿Qué opinas sobre el rol de la mujer en esta industria?**

Es un sector mayoritariamente dominado por hombres, aunque esto no es ni malo ni bueno. Lo grave sería que no se acepten mujeres, porque eso limita las ideas nuevas. Hay que abrir espacios y reconocer el valor del talento femenino. Yo no estaría en esta posición si los socios no hubieran confiado en mí.

■ **¿Qué te gustaría ver más en términos de liderazgo femenino?**

Me gustaría ver más mujeres en roles de toma de decisión. Esta es una industria que tiene muchos estereotipos. Por ejemplo, hay publicidades de casinos que objetivizan a la mujer. Este tipo de contenidos no los aprobaría una mujer, porque como público femenino no es algo que atraiga, por eso sería bueno que haya mujeres en ciertos puestos estratégicos. También es importante generar redes

de apoyo entre las mujeres en el sector, como la comisión de mujeres de la AIEJA.

■ **¿Qué prejuicios o barreras enfrentaste como directora?**

Mucha doble moral. Si eres firme y exigente, te dicen amargada; si lo hace un hombre, es un líder. También se cuestiona la posición y la credibilidad de las mujeres por su apariencia. Lamentablemente, es común que se ponga en duda cómo llegamos a una posición de poder.

■ **¿Qué le dirías a una joven que quiera ingresar al mundo del iGaming?**

Que se prepare. Aprende de todo un poco: marketing, tecnicismos, programación, aspectos legales. No tengas miedo a equivocarte. Es un sector chico y competitivo, así que hay que tener clara la meta y empezar desde abajo, si es necesario, en atención al cliente. También es importante aprender inglés.

■ **¿Cuáles son los mayores retos para una operación legalmente constituida?**

La burocracia. Cada acción necesita aprobación de la autoridad, lo que frena el impulso natural que tiene la industria y la innovación. Además, no todos los operadores están sujetos a los mismos estándares y obligaciones, lo que genera un terreno desigual.

■ **¿Cómo describes la regulación actual del iGaming en México?**

Está completamente desactualizada. La ley se enfoca en casinos físicos y no considera los avances tecnológicos. Necesitamos reglas más claras, protección al consumidor, y que se facilite la inversión y la innovación.

■ **¿Crees que hace falta una armonización regulatoria a nivel Latinoamérica?**

Sí, aunque sería complicado. México,

Centroamérica y gran parte de Sudamérica están desfasados, excepto tal vez a Brasil y Colombia. Una armonización permitiría operar con una sola licencia en varios países y expandir el mercado, pero cada país debe actualizar primero su propia ley.

■ **¿Qué impacto tiene el contexto político en el sector y cómo influye la cultura local en sus estrategias?**

México es muy grande y diverso. El norte tiene una cultura de casino más arraigada, mientras que el sur prefiere juegos simples como los Scratch. Respecto al clima político actual, la incertidumbre económica y política genera precaución tanto en inversores como en usuarios. Pero México es un país resiliente y tiene una fuerte cultura de entretenimiento y deporte, y nosotros estando desde el lugar de proveedor de servicios relacionado con el ocio, esto nos beneficia.

■ **¿Cómo planean competir con otras plataformas de entretenimiento digital?**

Queremos que nuestro sitio sea accesible. Muchos sitios son burocráticos desde el inicio. Nosotros buscamos que el usuario pueda jugar rápido, sin registrarse con tanta dificultad de entrada. Actualmente, estamos desarrollando un juego llamado Tesoros en Rey, que se puede jugar desde un QR en la calle o en el transporte. Solo pedimos datos si el usuario gana. Queremos que jugar sea simple y divertido.

■ **¿Qué esperas de una nueva Ley de Juegos y Sorteos?**

Que se actualice al mercado real. Que impulse el desarrollo tecnológico, fomente la competencia y la inversión, proteja tanto al jugador como al operador, y deje de privilegiar a los monopolios. En definitiva, que trate al iGaming como lo que es: un negocio.



A black and white portrait of a man with dark hair and a light beard, wearing a dark blazer over a light-colored shirt. He is standing with his arms crossed and a slight smile. The background is a plain, light color.

JORGE ANTILLÓN

**COUNTRY DIRECTOR
EN WA.TECHNOLOGY**

EL ROL DE UN COUNTRY DIRECTOR.

ENTREVISTA A JORGE ANTILLÓN

Jorge compartió su trayectoria profesional de 30 años, destacando su rol actual como Country director en WA.Technology. Durante la entrevista, abordó temas como su formación y su experiencia, la importancia de la adaptación y la innovación, la necesidad de una comunicación efectiva, las habilidades más demandadas en el mercado y la asignación de prioridades para el éxito operativo.

■ *¿Cómo es tu trayectoria profesional?*

Tengo más o menos 30 años de experiencia trabajando con compañías establecidas y tal vez unos tantos menos de trabajar en la creación e implementación de proyectos o de compañías nuevas. Trabajé hace unos 25 años con el Sportsbook más grande del mundo de ese momento, situado en Costa Rica. Mi trabajo ahí era principalmente la dirección junior del departamento de IT.

■ *¿Cómo fue tu primera experiencia como director allí?*

En ese momento, era una compañía de software. Básicamente, tenía un reto y era cómo optimizar las labores de desarrollo de software y la entrega de los proyectos. Se creó un concurso interno, por así decirlo, para quienes quisieran ofrecer alternativas acerca de cómo abordar este problema. Pensando en esto, yo creé un proyecto que tenía como base fundamental una matriz de talentos y tiempos en donde una persona muy calificada podría durar una cantidad espe-

cífica de tiempo menor y una persona menos calificada duraría una cantidad mayor de tiempo. A partir de las cualidades que tenía esta persona en su momento, la matriz determinaba que, para un trabajo estándar de 40 horas o 60 horas, la persona más calificada podría realizarlo en 30 o 25 horas. Mientras que la persona menos calificada podría realizarlo en 80, 90, 100. De esta forma, me dieron oportunidad de asumir la dirección junior del departamento para poder administrar el personal, esencialmente el personal de desarrollo y el personal de IT.

■ *¿Cómo es tu formación profesional?*

Tengo una formación un poco variada. Estudié ingeniería en informática en Costa Rica. Luego de eso, en el año 2003, tuve la oportunidad de estudiar comunicaciones satelitales en Phoenix, Arizona. Adicionalmente, del 2004 al 2008 tuve la oportunidad de convertirme en piloto. Y en última instancia, desde el 2019, incluyendo el tiempo de la pandemia, estudié una maestría en empresas en la Universi-

dad de Cumbria, en el Reino Unido.

■ **Eres piloto, ¿por qué estudiaste este oficio?**

Cuando lo estudié era un momento un poco salvaje de mi vida. Quería inducir un cambio en mi vida, algo diferente y aprender más. La física es una ciencia que me ha gustado toda mi vida. La ley de fluidos es algo fascinante. El teorema de Bernoulli, que es el principio fundamental por el cual se vuela una aeronave, es una de las cosas que más me gusta. Por eso, decidí estudiar algo afín, que me permitiera explotarlo de una forma tangible. Y fue así como me hice piloto.

Mi habilitación es como piloto privado. Nunca trabajé de eso. Mi intención al final de todo pues era comprarme un avión y volar con mis hijos de vez en cuando. Sí, bueno, al menos volar con mi familia de vez en cuando. Objetivo que logré.

■ **¿Cuál es la moraleja de esta experiencia de vida?**

La moraleja es que uno debe vivir y concentrar su esfuerzo en eso. Si yo me concentro solo en el trabajo, lo único que voy a lograr es frustración. Debo de concentrar mi esfuerzo en mi experiencia vital. Yo soy un ser humano, adicionalmente de ser un profesional y un elemento funcional en una compañía. Necesito obtener una experiencia de vida, algo que me mantenga vivo, donde yo sienta que me late el corazón.

■ **Ahora tienes el rol de Country director en WA.Technology. ¿Cómo lo describes y cuáles son tus principales responsabilidades?**

“El Country Director se encarga de la labor de mercadeo y ventas”

El Country director se encarga inicialmente del mercadeo y las ventas. Además, planifica y supervisa la entrega de resultados, así como la oferta y la logística de la operación. Antes de tener un administrador de oficina, por así decirlo, el Country director es la persona que está administrando la operación. Hace muchos años, en la clase de administración, nos enseñaban que el jefe o el creador de la empresa debía saber y hacer todo. Además, tenía que mantener todo escrito y documentado para que, cuando la empresa creciera y ya no pudiera manejarlo solo, el proceso de delegar ese

trabajo fuera eficiente y estuviera alineado con la misión y visión de la compañía. La misión siempre define qué vamos a hacer y hacia dónde nos dirigimos. La visión, por otro lado, describe cómo vamos a lograrlo. A partir de ahí se crean entonces los objetivos estratégicos

cumpliendo con la misión y la visión. Finalmente, se establecen los objetivos funcionales. A partir de estos, ya dispones de descripciones de empleo para comenzar a contratar personal.

■ **¿Qué desafío te trae este rol?**

El desafío está basado en la administración de personal, la relación que existe de este personal con la operación global, la cual está por mucho desagregada, y cómo empatar de forma eficiente o cómo producir que el empate de estas operaciones que están separadas en tanto tiempo, en tanto espacio, funcionen eficientemente. También, que la comunicación sea fluida y que las líneas de responsabilidad tengan una dinámica saludable. Por ejemplo, yo soy el encargado operativo de quienes trabajan conmigo aquí en WA.Technology, en Mé-

xico. Sin embargo, estas personas tienen una dirección funcional con la cual ellos desarrollan su labor día a día. Mi trabajo está en hacer que eso tenga una asignatura correcta.

“Yo soy el encargado operativo o el de las personas que trabajan conmigo en W.A.”

▪ **¿Qué sucede cuando se parte el equipo en territorialidad?**

Debemos estar siempre alineados con los objetivos estratégicos, sabiendo hacia dónde vamos y cómo debemos hacerlo, ya que esto es lo más importante. Segundo, es crucial estar bien comunicados. Las sesiones de alineamiento ya sean quincenales o mensuales, son muy importantes para mantener siempre el mismo rumbo y objetivo. Además, la dinámica de cada unidad de trabajo varía con el tiempo, y que todos los niveles de la compañía estén informados sobre estos cambios les da visibilidad y permeabilidad en cómo se está desempeñando la compañía o unidad de negocio. Esto permite identificar si necesita ayuda en algún aspecto, si hay que reforzar áreas o si es necesario invertir en entrenamiento, recursos o personal. Somos una empresa que brinda servicios de entretenimiento; no podemos perder esa perspectiva. Nuestro negocio principal radica en que nuestros clientes estén felices y conformes, y que nosotros hagamos el trabajo para ellos en lugar de que ellos lo hagan para nosotros.

▪ **¿Qué es lo que gana tiempo en una operación y qué es lo que hace perder tiempo en una operación para vos?**

La comunicación y la asignación de prioridades. En una operación usted siempre debe tener la persona más eficiente ejecutando el trabajo que más le compete y con la mejor línea de comunicación posible. Si esa persona sabe absolutamente todo lo que debe tener conciencia situacional de dónde está y hacia dónde quiere ir, entonces puede rendir un resultado prácticamente predecible.

▪ **¿Cómo llegaste a ese entendimiento del proceso?**

En mi clase de procedimientos como piloto hay un término que se llama conciencia situacional, que es en dónde estoy, a dónde voy y qué es lo que necesito hacer. Eso tiene que ser una constante dentro del desempeño de esa función, que es volar el avión y administrar todos los recursos que están involucrados.

“En una operación usted siempre debe tener la persona más eficiente ejecutando el trabajo que más le compete”

▪ **¿Qué aspectos del mercado mexicano consideras más desafiantes al liderar la operación en México?**

La competencia. Este es un mercado maduro donde todo ya está inventado. Contamos con jugadores establecidos, nuevos y grandes actores. Lo más importante es tener un producto competente que ofrezca algo más que lo que entregan los demás, ya sea a través del

servicio o la tecnología. Tenemos que competir y ser capaces de decir a la gente: “Aquí estamos, y vamos a funcionar mejor que lo que ya está disponible”.

“Lo más importante aquí en este mercado es tener un producto competente que entrega algo más que todos”

■ **¿Cuál es la propuesta de valor de WA. Technology?**

Nuestra propuesta de valor actual se centra en la versatilidad y calidad constante de nuestros servicios. Garantizamos una operación continua y una alta escalabilidad, elementos cruciales en eventos deportivos donde el tráfico puede variar impredeciblemente. Un evento que se anticipa con poca actividad puede convertirse en uno de gran importancia, exigiendo el máximo rendimiento de nuestra infraestructura tecnológica.

Además, ofrecemos la tropicalización de nuestro servicio. Nuestra propuesta está diseñada específicamente para Latinoamérica, con un enfoque particular en México y Brasil. Hemos recorrido un largo camino en el desarrollo de nuestro producto y creemos firmemente que aporta servicios de valor significativos a las empresas.

■ **¿Cuál es tu lectura actual sobre el estado del iGaming en México, en aspectos como comercial, social y regulatorio?**

Comercialmente es un mercado, como te dije antes, muy competitivo. No estamos inventando lo que ya está hecho, no estamos inventando la rueda, pero

definitivamente necesitamos innovar. En cuanto al tema cultural, nosotros somos una compañía local, localmente establecida. Tenemos buena aceptación por parte de nuestros clientes. Y principalmente, en cuanto al tema regulatorio, es una regulación muy estable que se supone que va a tener algunas modificaciones en el futuro. Sin embargo, por el momento está tan estable como ha estado los últimos diez años.

“La propuesta de valor que tenemos es la versatilidad en los servicios”

■ **¿Qué es lo que falta en términos regulatorios?**

Lo que falta en realidad es una regulación que se apegue un poco más a la realidad actual, a los cambios tecnológicos, al avance de las criptomonedas y al juego en línea. Una regulación que contemple y permita capitalizar sobre estas capacidades que tiene el mercado actual.

En este momento, todos sabemos que la demanda es la piedra fundamental de cualquier regulación. Si no hay demanda o mercado para algo, la regulación nunca existe porque aquello que se regula no se da. Entonces, el mercado como tal ha avanzado muchísimo en cuanto a los juegos por internet, la oferta disponible, y la calidad y cantidad de medios por los cuales se pueden establecer estos canales de transmisión. La regulación tiene que adaptarse a esto; no puede ser al revés, porque la regulación siempre va a estar atrás de la demanda del mercado.



**WA
TECHNOLOGY**

Una gama completa de **soluciones de iGaming**



**WA
PLATFORM**



**WA
CASINO**



**WA
SPORTS**



**WA
LOTTERY**



**WA
AFFILIATES**



**WA
FANTASY**

■ ¿Cuál es tu lectura acerca de la sociedad mexicana y el avance tecnológico?

A medida que una sociedad se digitaliza más, y la tramitología se vuelve más informática y menos presencial; a medida que las personas se enfocan más en los servicios tecnológicos y menos en la producción como tal, estas personas, naturalmente, empiezan a tener más tiempo libre. Este tiempo libre les da capacidad de ocio, y en la capacidad de ocio es donde reside lo que nosotros hacemos: la entrega de servicios para el entretenimiento. Nosotros somos, esencialmente, una compañía facilitadora de servicios de entretenimiento para los clientes. Eso es lo que hacemos, no debemos ni romantizarlo ni confundirlo.

La gente, a medida que tiene más acceso a la tecnología, generalmente también tendrá un nivel de ingresos mayor. Y al tener un nivel de ingresos mayor, su capacidad de compra aumenta. Con esto, si la labor de mercadeo es la correcta, la captura de esos ingresos como un vector de consumo es mayor para los operadores, para aquellos que logran captar la atención de estas personas.

■ ¿Cómo ves las comunicaciones de las

marcas en México?

Pienso que la comunicación, no desde el punto de vista organizacional de una

compañía X, sino la comunicación a nivel de mercadeo, tiene que estar altamente segmentada, algo que las herramientas de información actuales permiten.

Imaginemos un estadio que representa el mercado. Los participantes dentro de este estadio no son los clientes, sino los oferentes: los operadores, las casas de apuesta y de casinos en línea. Todos están gritando y pegando saltos, buscando captar una porción de la atención del cliente. Si todos gritan lo mismo, ninguno logrará la atención del cliente. Alguien tiene que diferenciarse para ser visto, para

lograr la atención de esa persona. Creo que en la diferenciación y en la segmentación específica reside el éxito de la captura de su cliente meta, para que este no solo sea capturado, sino que se mantenga leal a la marca.

Todas las compañías pueden hacer dumping. Simplemente van a un fondo de inversión, presentan su proyecto y les inyectan una cantidad de capital, que es básicamente para “disparar”, tirando sus operaciones a pérdida con tal de lograr un market cap, una porción del mercado.





Conozco muchas compañías capaces de hacer esto, no solo una, dos o tres. Entonces, la capacidad de todos de hacer esto anula el efecto del dumping como tal. Y volvemos exclusivamente a cómo se puede capturar al cliente de la forma más eficiente. Y esto es con segmentación de mercado.

■ **¿Qué verticales observas con mayor crecimiento o potencial en el mercado mexicano?**

Las verticales que observo con mayor capacidad son aquellas de acción rápida: loterías y productos de apuesta preconfigurada. Son productos en donde las personas no tienen que pensar demasiado sobre qué van a hacer, sino que les brinda satisfacción inmediata.

■ **WA.Technology es una empresa de prestación de productos y servicios a operadores. ¿Cómo son los esfuerzos de la compañía para poder brindar un servicio superespecializado al mercado mexicano?**

Básicamente, la compañía está avanzando en productos de oferta preconfigurada, tanto apuestas como productos lotéricos preconfigurados. Estos productos, esencialmente, le ofrecen a la compañía la habilidad de poder llegar a ese nicho de mercado donde las personas lo que buscan es esa pequeña inyección de dopamina en su cerebro. Es exactamente lo mismo que ver un anuncio en una red social, buscando capturar únicamente una pequeña porción de esa atención.



■ **¿Qué fortalezas aporta el equipo mexicano a una operación regional?**

Las fortalezas que aporta este equipo principalmente son la multiculturalidad y la experiencia que tenemos trabajando en diferentes países del mundo, principalmente en la industria del juego.

■ **¿Cuáles son las habilidades más demandadas hoy en día en el sector?**

Mercadeo es una de ellas, es fundamental. Mercadeo, desarrollo de negocios y, posiblemente, la habilidad de abstracción matemática si queremos evaluar la gestión de riesgo. También, por supuesto, el análisis de datos que brinda la posibilidad de tener resultados predecibles. Es decir, si yo ya sé cómo se va a comportar mi audiencia basado en un análisis de datos, pues ya yo sé el riesgo y hacia dónde debo enfocar mi esfuerzo.

■ **¿Por qué es importante asistir a las ferias especializadas del sector? ¿Cómo es tu experiencia en este tipo de eventos?**

Es importante asistir a los eventos especializados del sector, principalmente porque te dan exposición y te brindan conocimiento sobre lo que está sucediendo, hacia dónde se está moviendo el mercado y hacia dónde se está moviendo la oferta. Si comprendemos la oferta, a veces podemos adoptar un enfoque reactivo, es decir, la forma de “construirlo y los clientes llegarán”. O bien, podemos tomar el approach de innovar o escuchar al mercado y crear lo que se demanda. Esas son las dos formas que, en mi opinión, contribuyen a la creación de los productos y servicios que ofrecemos. Por ello, es importante asistir a los eventos especializados del sector. Además, nos brindan visibilidad.





TOP 10 DE LUGARES



PARA VISITAR EN MONTERREY

En esta nota recorreremos los lugares más icónicos de la Sultana del Norte. Capital del estado de Nuevo León, esta ciudad es un extenso centro industrial y de negocios rodeado de montañas. Más allá de su perfil empresarial, despliega un abanico de experiencias que inspiran a todo viajero e inversionista. ¿Vamos?

CIUDAD INDUSTRIAL

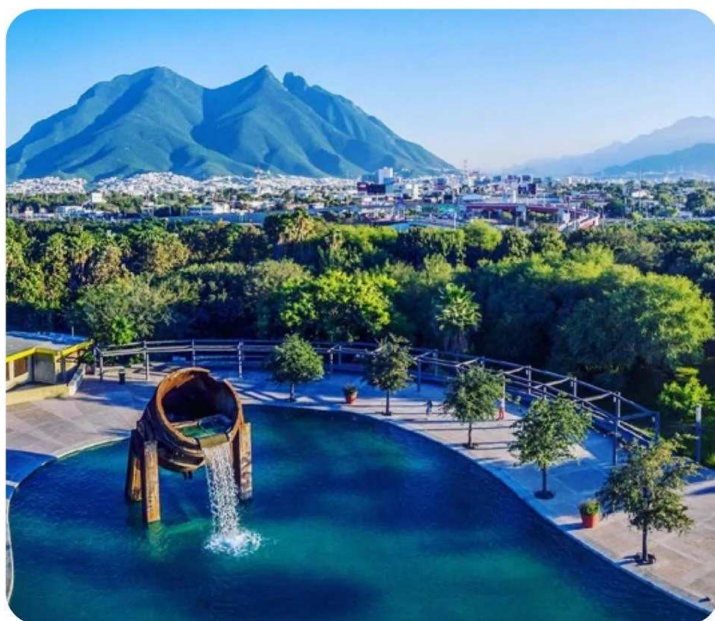
Es un reflejo del ritmo palpitante de la modernización. Su robusta economía, impulsada por la industria y los negocios, genera un importante polo de empleo y un nivel de vida que se refleja en su infraestructura y dinamismo.

La Zona Metropolitana de Monterrey se consolida como la segunda economía más grande de México. En el ámbito laboral, la región muestra una tasa de desocupación notablemente baja, del 2.6% en el último trimestre de 2024, lo que indica un mercado laboral sólido. El Índice de Desarrollo Humano (IDH) de Nuevo León se sitúa en 0.898 (dato de 2023), clasificándolo como “Muy Alto” y entre los mejores del país, lo que se traduce en una esperanza de vida de 75.9 años y una escolaridad promedio de 10.7 años. Por último, la conectividad también es un factor clave de modernización, con un 72.1% de las viviendas con acceso a internet y un 93.5% con disponibilidad de celular (datos de 2020).



Fuente: www.skyscrapercity.com/

NUESTRO TOP 10 DE TESOROS REGIONMONTANOS



Fuente: escapadas.mexicodesconocido.com.mx/atractivos/parque-fundidora/

01. Parque Fundidora: donde la historia resuena con la naturaleza y la cultura

Se trata de una antigua siderúrgica convertida en un espectacular parque urbano, inaugurado en 1988. Sus antiguos hornos y estructuras industriales rehabilitadas albergan museos, galerías y espacios para eventos. Sus extensas áreas verdes invitan a paseos relajantes, mientras que sus lagos y fuentes añaden un toque de serenidad. Es un lugar donde el pasado industrial se fusiona en armonía con el presente de la ciudad.

02. Paseo Santa Lucía: un canal de encanto (con sabor texano)

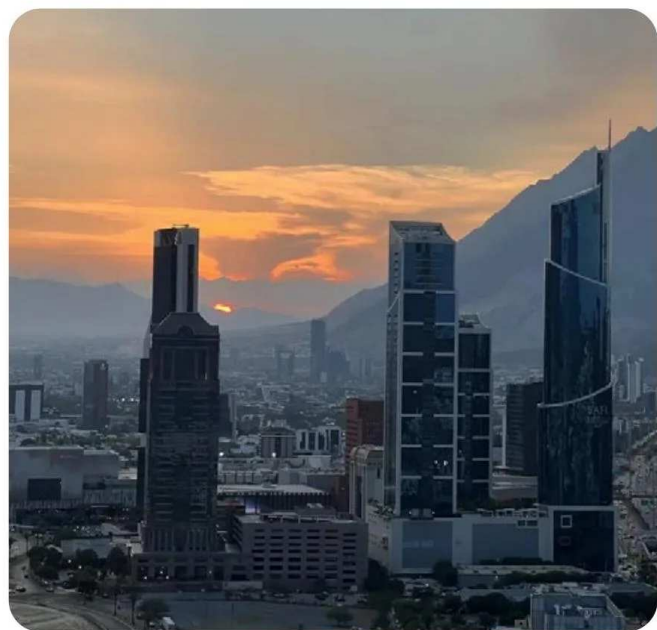
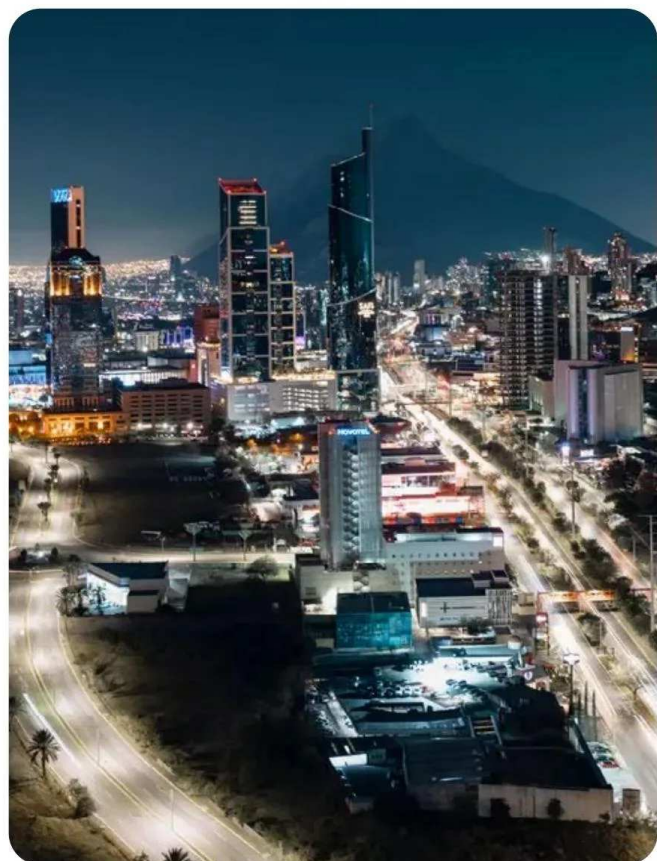
Es un canal artificial inspirado en el famoso Riverwalk de San Antonio, Texas. Se extiende por aproximadamente 2.5 kilómetros, serpenteando y conectando la Macroplaza con el Parque Fundidora. ¿Qué se puede hacer aquí? La actividad principal y más popular es tomar un paseo en pequeñas embarcaciones que recorren sus tranquilas aguas, permitiendo admirar la belleza arquitectónica y artística del entorno. También puedes caminar o correr por sus andadores peatonales que bordean el canal, disfrutando de las numerosas fuentes (algunas iluminadas por la noche), esculturas, murales y jardines. Es un remanso de paz, perfecto para una caminata romántica, un divertido paseo familiar o simplemente disfrutar de un momento tranquilo al aire libre.



Fuente: www.eluniversal.com.mx/destinos/5-cosas-que-hacer-en-el-paseo-santa-lucia-de-monterrey/

03. San Pedro Garza García: elegancia, gastronomía y poder económico

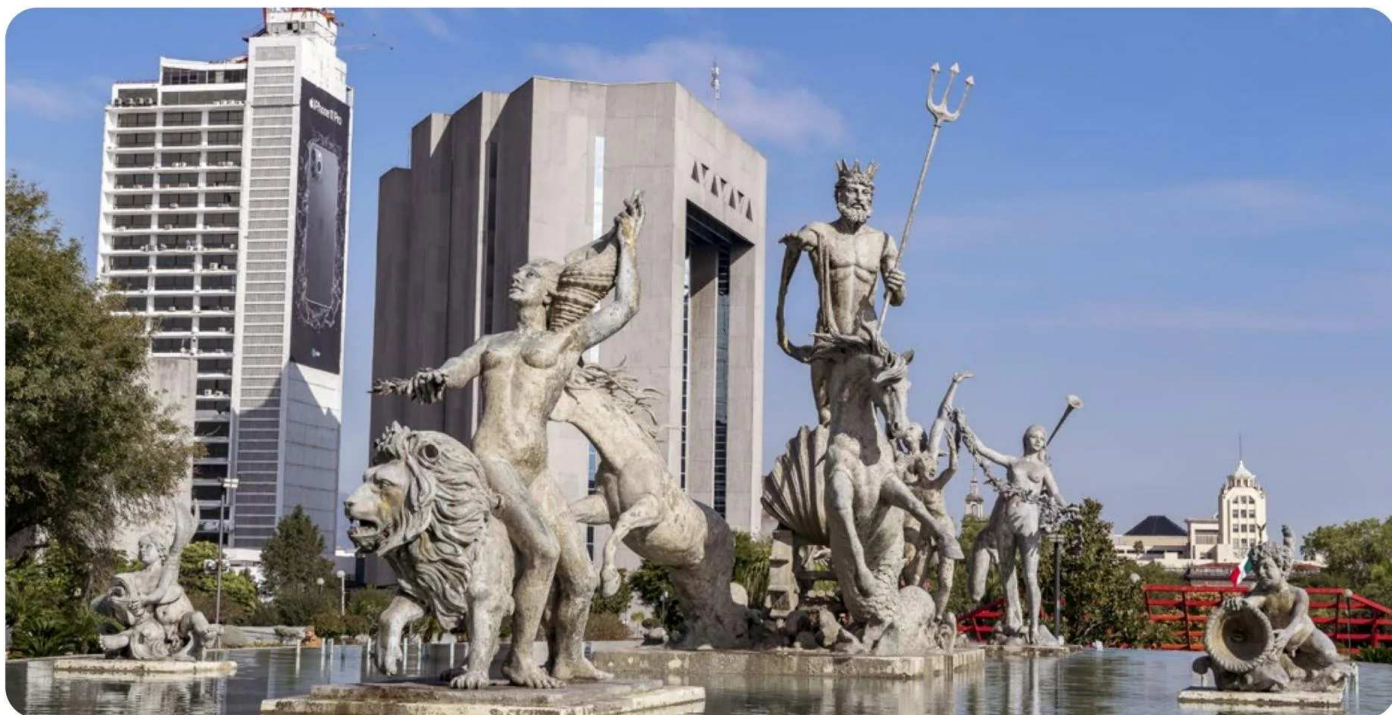
Es considerada una de las zonas más prósperas de México. Esta localidad deslumbra con su modernidad, lujo y su exquisita oferta gastronómica. Aquí se asientan algunas de las empresas más importantes del país, reflejando su dinamismo económico.



Fuente: www.opentable.com/r/signature-room-piso-36-san-pedro-garza-garcia?lang=es

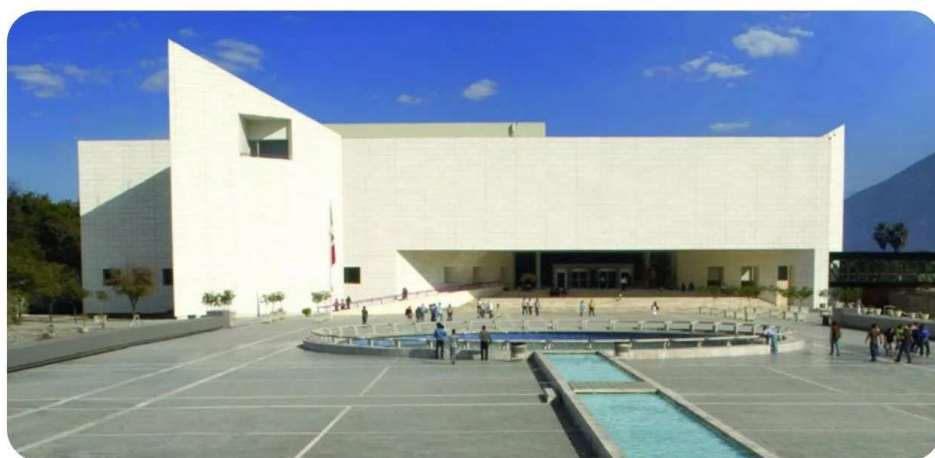
04. Macroplaza: el corazón de Monterrey

Con sus 40 hectáreas de extensión, se posiciona como una de las cinco plazas más grandes del mundo. Este vasto terreno verde en el centro de la ciudad es un punto de encuentro y un símbolo de su grandeza. Rodeada de edificios históricos y modernos, como la imponente Catedral Metropolitana y el icónico Faro de Comercio, la Macroplaza alberga fuentes, monumentos y áreas de esparcimiento. Es escenario de eventos culturales y un punto de partida ideal para explorar el centro histórico.



05. Museo de historia mexicana: un viaje al pasado

Ubicado estratégicamente en la Macroplaza, este museo ofrece una fascinante inmersión en la historia de la región, desde la época prehispánica hasta nuestros días. Entre sus tesoros más valiosos se encuentra una extensa colección de documentos y objetos relacionados con la Revolución Mexicana en el norte del país, con testimonios y artefactos originales de figuras clave y batallas decisivas del período.



Fuente: www.3museos.com/sobre-3-museos/museo-de-historia-mexicana/

06. Barrio Antiguo: encanto colonial

Adentrarse en este barrio de la ciudad es como viajar en el tiempo. Sus calles empedradas y sus casas coloniales restauradas evocan la esencia de la época virreinal. Hoy en día, vibra con una energía muy particular con sus cafés con encanto, sus galerías de arte, sus bares con música en vivo y su vida nocturna.



Fuente: <https://www.caminoreal.com/blog/post/que-hacer-en-barrio-antiguo-en-monterrey>



Fuente: <https://programadestinosmexico.com/barrio-antiguo-monterrey/>

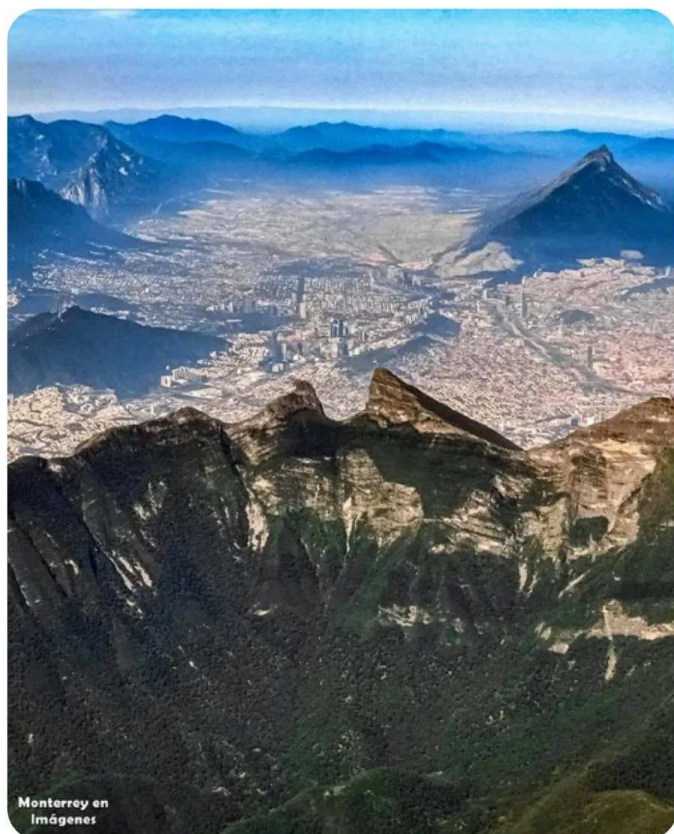


Foto: Erick Schmal

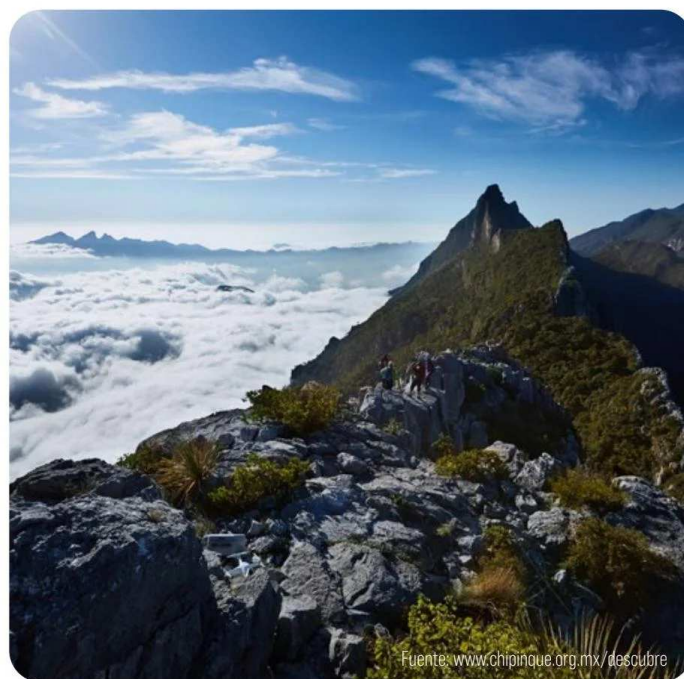
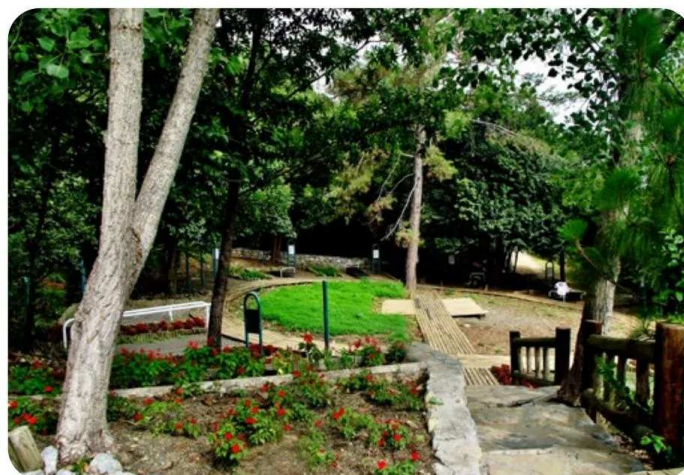
07. Cerro de la silla: emblema natural

Se alza como un telón de fondo para la ciudad. Su peculiar silueta, que recuerda a una silla de montar, lo ha convertido en un símbolo indiscutible. Para los más aventureros, ascender por sus senderos ofrece vistas panorámicas inigualables de la metrópoli y sus alrededores.

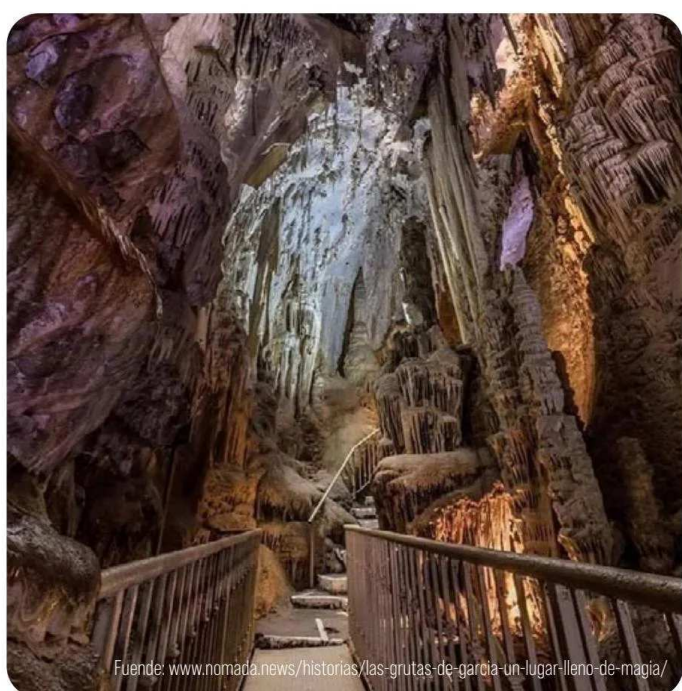


08. Parque Ecológico Chipinque: el escape a la naturaleza

Ubicado en la Sierra Madre Oriental, dentro del Parque Nacional Cumbres de Monterrey, se destaca por ser un área natural protegida de fácil acceso desde la zona metropolitana. Su peculiaridad radica en su biodiversidad, albergando más de 1750 especies descritas entre flora y fauna, incluyendo especies emblemáticas como el oso negro, el venado cola blanca y una gran variedad de aves y mariposas. Además, el parque ofrece una red de senderos con diferentes niveles de dificultad, desde paseos sencillos hasta rutas más exigentes para montañistas y ciclistas.



Fuente: www.chipinque.org.mx/descubre



Fuente: www.nomada.news/historias/las-grutas-de-garcia-un-lugar-lleno-de-magia/

09. Las grutas de García: un mundo subterráneo

Se formaron hace más de 50 millones de años, durante el periodo Cretácico, ¿increíble no? Estas cuevas subterráneas exhiben formaciones rocosas como estalactitas y estalagmitas de gran belleza. En el pasado, las grutas fueron utilizadas como refugio y probablemente tuvieron un significado ritual para los pueblos originarios de la región. Un recorrido por sus galerías iluminadas revela un mundo oculto lleno de misterio. Imperdible.

10. Cerro del Obispado: Monterrey a tus pies

Coronado por el Palacio del Obispado, una joya arquitectónica barroca que alberga un interesante museo regional, el Cerro del Obispado ofrece una de las mejores vistas panorámicas de la ciudad. Desde su cima, se puede apreciar su extensión, enmarcada por las majestuosas montañas que la rodean.



CURIOSIDADES: GASTRONOMÍA CON SABOR NORTEÑO

Ningún viaje a Monterrey estaría completo sin deleitarse con su rica gastronomía. En realidad, ningún viaje en general, ¡a cualquier lugar! Hay dos platillos emblemáticos que no puedes dejar de probar:

El Cabrito

La singularidad del platillo reside principalmente en su origen, ligado a la cultura pastoril que caracterizó esta zona durante siglos. Con la llegada de los españoles, se introdujo la crianza de cabras, que se adaptaron bien al clima semiárido. El cabrito, específicamente el lechal, se convirtió en un alimento apreciado por su carne tierna y sabor delicado. La técnica de cocción al carbón, a fuego lento, realza su sabor natural y le otorga una textura jugosa y ligeramente ahumada.



El Chicharrón

Es la crujiente piel de cerdo frita. Ya sea en su versión carnosa o más seca es un platillo perfecto para acompañar cualquier comida o simplemente como botana. La particularidad del chicharrón norteno radica en su diversidad de texturas y presentaciones, que van desde la piel completamente crujiente y quebradiza hasta la que conserva una capa de carne jugosa adherida. Su origen se remonta a las técnicas de aprovechamiento integral del cerdo introducidas por los españoles.





Estadio BBVA del club de fútbol Monterrey



**¿Te gustó esta
nueva edición?**

**¿Quieres formar parte
de las próximas?**

iGaming **MÉXICO**

¡ESCRÍBENOS!



Revistas.PeruRadio.net.pe